مناهج
البحث الإعلامي

عنوان الكتاب: مناهج البحث الإعلامي
اسـم المؤلــف : أ.د. سعد سلمان المشهداني

ISBN:

الناشر
دار الكتاب الجامعي



عضو جمعية الناشرين الإماراتيين
عضو اتحاد الناشرين العرب
عضو المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين
دولة الإمارات العربية المتحدة ـ الجمهورية اللبنانية
ص. ب. 16983 ـ العيـن
هاتــف (الإمارات) 00971-3-7554845
فاكس (الإمارات) 00971-3-7542102
هاتــف (بيروت) 00961-3-31 21 24
هاتــف (بيروت) 00961-1-38 26 68
www.bookhous.com
E-mail: bookhous@emirates.net.ae
ubh.leb@gmail.com

الطبعة الأولى

1437هـ – 2017م

© حقوق الملكية الأدبية والفنية جميعها محفوظة لدار الكتاب الجامعي ـ العيـن ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملا أو مُجزأ أو تسجيله على أشرطة تسجيل أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على أسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطيا.

مناهج البحث الإعلامي

تأليف

أ.د. سعد سلمان المشهداني

جامعة تكريت

كلية الآداب

الناشر

دار الكتاب الجامعي

دولة الإمارات العربية المتحدة ـ الجمهورية اللبنانية

2017

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿ وَعَلَّمَكَ مَا لَمۡ تَكُن تَعۡلَمُۚ وَكَانَ فَضۡلُ ٱللَّهِ عَلَيۡكَ عَظِيمٗا ﴾

صدق الله العظيم

(سورة النساء، الآية 113)

الإهداء

إلى معلمي وأستاذي والى حضن احتواني
في كل محني وأزماني ..
إلى أبي رحمه اللّه

إلى شمسي التي كنت استمد منها دفئي
ومعرفتي .. وإلى قمري الذي كنت استمد
منه أملي وشوقي ..
إلى أمي رحمها اللّه

أهدي هذا الجهد المتواضع

المحتويات

مُقَدِّمَة

يشغل البحث العلمي بال جميع الهيئات المعنية بالتعليم العالي والبحث العلمي في عالمنا العربي، والكل يجمع على أن البلدان العربية، ومنها العراق، ما تزال بعيدة جداً عن حاجتها الحقيقية، حتى من دون المقارنة التي نعتمدها دائماً بين واقع البحث العلمي في الدول المتقدمة، وواقعه في الدول النامية.وبإمكاننا أن نحكم على أنفسنا سلفاً بأننا لا نقيم وزناً للبحث العلمي من حيث هو حاجة ضرورية لعملية الإصلاح الشامل، التي ننشدها اليوم لإصلاح واقعنا المتردي. لقد اكتفينا بجعل البحث العلمي عنواناً مكملاً لاسم الوزارة التي تعنى بالتعليم العالي في العراق وبعض البلدان العربية، ووضعنا معايير للبحث المقبول لغايات الحصول على درجتي الماجستير والدكتوراه، وقبلنا نسبة ضئيلة من ميزانيات الجامعات للإنفاق على البحث العلمي، ولكن دون معرفة الاتجاه الذي يجب أن تصب فيه تلك البحوث والدراسات، أو كيفية الاستفادة منها في القطاعين العام والخاص وسوق العمل.

وتحظى المكتبة العلمية العربية بالعديد من الكتب الخاصة بمناهج البحث في الدراسات الإنسانية، وليس من باب المبالغة القول أنها تتجاوز العشرات، بل أن عدد من كتب مناهج البحث المتخصصة في الدراسات الإعلامية يتجاوز عددها عشرة، ومن أهمها كتاب الأستاذ الدكتور محمد عبد الحميد البحث العلمي في الدراسات الإعلامية الصادر في القاهرة عن دار عالم الكتب بعدة طبعات كان آخرها الطبعة الخامسة عام 2015، وكتاب دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام للأستاذ الدكتور سمير محمد حسين الصادر كذلك بعدة طبعات في القاهرة وكان آخرها طبعة عام 2006. وقد سبق لي أن أطلعت عليها، وربما هناك عدد مماثل لم تتح لي فرصة الاطلاع عليها، وهذا يعني أن

تلك الكتب كانت تلبي بعض الاحتياجات المعرفية والبحثية في مجال بحوث الإعلام والاتصال، وقد اشتملت على مجموعة الأبعاد العلمية المكونة لموضوع مناهج البحث الإعلامي وفق الاتجاهات والتطورات الحديثة بمناهج البحوث في العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وتعد مناهج البحث الإعلامي من المناهج العلمية حديثة العهد التي بدأ استخدامها بعد تطور وسائل الإعلام المختلفة في بداية القرن الماضي، حيث ارتبطت بحوث الإعلام بالتطورات العلمية والتكنولوجية التي أثرت في تنمية المجتمعات، حيث مرت بحوث الإعلام بعدد من المراحل متأثرة بعدد من العوامل الأساسية، أهمها أحداث الحرب العالمية الأولى والثانية، والحاجة إلى التغيير، وظهور الإعلانات ودورها في الدعاية والتسويق خلال عقدي الخمسينات والستينات من القرن الماضي، إضافة إلى دائرة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، مما تركته هذه الوسائل من تأثير على الجمهور والتنافس بين هذه الوسائل، مما استدعى ظهور مراكز البحوث والدراسات للتعرف على الاتجاهات والصور الذهنية، والجماهير المختلفة لهذه الوسائل.

ويأتي هذا الكتاب خطوة على طريق البحث العلمي في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية وكحاجة ملحة لمتطلبات توحيد المنهج الدراسي لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات العراقية في مادة مناهج البحث الإعلامي، كما أقرته لجنة عمداء كليات الآداب والإعلام عام 2015. كذلك فإن من الأسباب التي دفعتني لتأليف هذا الكتاب هي مدى حاجة طلبة الإعلام في الجامعات العراقية والعربية لمثل هذا الكتاب وحاجتنا إلى وجود متخصصين في مجال الدراسات والبحوث الإعلامية، والى تنمية الجهود البحثية الإعلامية وتطويرها بما يخدم عملية التخطيط الإعلامي وترشيد السياسات الإعلامية داخلياً وخارجياً.

يضم هذا الكتاب ستة فصول رئيسة، يهتم الفصل الأول بالتعريف بالبحث الإعلامي وأهدافه، وذلك من خلال التعريف به وتقديم لمحة مختصرة عن أهمية البحوث الإعلامية، ثم تحديد أهم أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية وكذلك خطوات البحث الإعلامي.

أما **الفصل الثاني** فيتحدث عن الخطوات المنهجية العامة عن طريق توضيح الخطوات والإجراءات المنتظمة والمحددة للبحث الإعلامي التي تمثل خطوات البحث العلمي، فيبدأ بالتعريف بالمشكلة البحثية وتحديدها وأسس اختيارها ومصادر التعرف عليها، والمتغيرات البحثية وأنواعها، ومصادر التعرف على مشكلة البحث، ثم بعد ذلك يتعرض الكتاب إلى صياغة مشكلة البحث، واختيار عنوان البحث.

وتناول **الفصل الثالث** من هذا الكتاب صياغة الفروض ونظام العينات، وتعرض أولاً للتعريف بالفروض والتساؤلات البحثية، وصياغة الفروض ثم تعرض الكتاب إلى موضوع العينات في البحوث الإعلامية، وأنواع العينات وطرق اختيارها ومصطلحات ومفاهيم البحث وتوظيف النظريات في البحوث الإعلامية.

ويعنى **الفصل الرابع** من الكتاب بأدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية من خلال التطرق إلى طريقة الاستقصاء أو الاستبيان وطريقة المقابلات العلمية وطريقة الملاحظة وطريقة تحليل المضمون. كذلك يضم هذا الفصل التطرق إلى اختبارات الصدق والثبات.

ويتطرق **الفصل الخامس** لأهم المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية فيبدأ بالمنهج الوصفي ثم يتطرق هذا الفصل إلى المنهج المسحي بأوجهه الخمسة المستخدمة في البحوث الإعلامية ابتداءً من مسح الرأي العام مروراً بمسح جمهور وسائل الإعلام ومسح وسائل الإعلام ومسح أساليب الممارسة الإعلامية وانتهاءً بتحليل المضمون. كذلك يضم هذا الفصل التطرق إلى منهج دراسة العلاقات المتبادلة ابتداءً من دراسة الحالة ومروراً بالدراسات السببية المقارنة وانتهاءً بالدراسات الارتباطية. ثم جرى في هذا الفصل تسليط الضوء على بعض المناهج العلمية الأخرى المستخدمة في البحوث والدراسات الإعلامية كالمنهج التجريبي والمنهج التاريخي.

أما **الفصل السادس** والأخير فيركز على كتابة البحث ومراجعته عن طريق الاقتباس والاستشهاد والإحالات المرجعية توثيق النصوص الإلكترونية وكتابة قائمة المصادر والمراجع. وعرض المؤلف في ملاحق الكتاب نموذجاً تطبيقياً لكتابة بحوث التخرج للدراسات الأولية الجامعية.

ولا يسعني في نهاية هذا التقديم إلا أن أشكر الله سبحانه وتعالى على إنجاز هذا الكتاب ليتسنى لطلبتنا الأعزاء وللباحثين الاستفادة منه، وأشكره تعالى على نعمه الكثيرة، وأسأله المزيد من فضله، اقتداءً بقوله تعالى: ﴿ وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ﴾ راجياً من الله تعالى القبول، وأن يجعل عملي خالصاً لوجهه الكريم.

المؤلف

الفصل الأول

التعريف بالبحث الإعلامي وأهدافه

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- التعريف بالبحث الإعلامي
- أهمية البحث الإعلامي
- أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية
- خطوات البحث الإعلامي

الفصل الأول

التعريف بالبحث الإعلامي وأهدافه

التعريف بمنهج البحث الإعلامي

أولت الدول المتقدمة البحث العلمي اهتماماً كبيراً لأنها أدركت أن عظمة الأمم تكمن في قدرات أبنائها العلمية والفكرية والسلوكية في مجالات البحث العلمي والتي تمكن الأمم في تمتين دعامتها وتحقيق تطورها ورفاهيتها، والمحافظة على مكانتها الدولية. ويمثل الاهتمام بالبحث العلمي ركناً أساسياً في سياسات الدول المتقدمة، إذ تتميز هذه الدول بحجم الإنفاق المادي لحقل البحث العلمي فضلاً عن الدعم المعنوي.

ويلعب منهج البحث دوراً أساسياً في تدوين معلومات البحث، فهو يلزم الباحث على عدم إبداء رأيه الشخصي دون تعزيزه بآراء لها قيمتها، والتقيد بإخضاع أي رأي للنقاش مهما كانت درجة الثقة به، إذ لا توجد حقيقة راهنة بذاتها، وضرورة تقيد الباحث بالدقة في الاعتماد على الروايات والاقتباسات أو التواريخ غير الواضحة أو غير الدقيقة، وكذلك ضرورة الدقة في شرح المدلولات التي يسوقها الباحث.

ولو أجرينا مقارنة بين دول العالم المتقدم والدول العربية، نجد أن هناك هوة كبيرة بينهما، ففي مجال الاهتمام بالبحث العلمي نجد أن الولايات المتحدة الأمريكية تنفق على البحث العلمي مقارنة مع إنفاق الدول العربية بنسبة 1 إلى 120 مما تنفقه الولايات المتحدة الأمريكية، إذ تشير التقارير الصادرة عن منظمة اليونسكو للعلوم والثقافة في العام 2008، إلى أن الدول العربية تنفق 14.7 دولاراً على الفرد في مجال البحث العلمي، بينما تنفق الولايات المتحدة 1205.9 دولار لكل مواطن، والدول الأوروبية حوالي 531 دولار لكل مواطن(1). ويؤكد التقرير الصادر عن منظمة اليونسكو في العام 2010 أن مستوى الإنفاق على البحث العلمي في العالم العربي ضعيف للغاية حتى في دولة كبرى مثل مصر؛ إذ لا يتجاوز ما ينفق فيها على البحث العلمي 0,23٪ من الموازنة العامة. كما بلغ الإنفاق على البحث العلمي في الأردن 0.34٪، وفي المغرب 0.64٪ وفي سوريا 0.12٪ ولبنان 0.3٪ وتونس 1.02٪ والسعودية 0.05٪، والإمارات 0.6٪، والكويت 0.09٪، من إجمالي الناتج القومي(2).

وقد عرف بعض الباحثين البحث العلمي بأنه: محاولة لاكتشاف المعرفة والتنقيب عنها، وتطويرها وفحصها، وتحقيقها بتقصي دقيق ونقد عميق، ثم عرضها عرضاً مكتملاً بذكاء وإدراك. ويشبّهُ أحد الباحثين البحث بالتمثال والباحث بالنحات الذي يجهد نفسه مثابرة دون كلل أو ملل، مستعيناً بمعلوماته العامة وما لديه من خبرة ومهارة من أجل إبراز تمثاله بالهيئة التي يريدها، متوخياً الدقة والمهارة والإخلاص والأمانة. والبحث العلمي هو وسيلة وليس غاية بحد ذاته، لان الباحث يحاول بواسطته دراسة ظاهرة أو مشكلة ما، والتعرف على العوامل التي أدت إلى وقوعها، ثم الخروج بنتيجة أو الوصول إلى حل أو علاج للمشكلة واكتشاف معرفة جديدة، وعرضها لغايات المقارنة والتحليل والنقد(3).

(1) تقرير اليونسكو للتربية والعلوم والثقافة لعام 2008 منشور على الموقع الآتي: http://www.unesco.org

(2) تقرير اليونسكو للتربية والعلوم والثقافة لعام 2010 منشور على الموقع الآتي: http://www.unesco.org

(3) د. فوزي غرابية (وآخرون): أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2، الجامعة الأردنية – كلية الإدارة والاقتصاد، 1981، ص 6.

ولكي نستطيع تحديد مفهوم منهج البحث لابد من إعطاء تعريف عام وشامل لمصطلح البحث، فالمنهج هو: الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة، وذلك عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة مقبولة ومعلومة. أما مصطلح البحث فهو: مجموعة من القواعد العامة المستخدمة من اجل الوصول إلى الحقيقة في العلم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة[1]. ويمكن القول بان المنهج العلمي هو: (مجموعة القواعد العامة التي تحكم الإجراءات العلمية والعمليات العقلية التي يتبعها الباحث للوصول إلى حقيقة فيما يتعلق بالظواهر المختلفة) [2].

ويمكننا أن نبسط مفهوم منهج البحث الإعلامي عن طريق التعاريف المبسطة الآتية: كلمة منهج هي مصدر بمعنى طريق أو سلوك. وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق، أو سلك، أو اتبع. أما كلمة البحث: فهي مصدر بمعنى الطلب أو التقصي، وهي مشتقة من الفعل: بحث بمعنى طلب، أو تقصى، أو فتش، أو تتبع، أو تمرس، أو سأل، أو حاول، أو اكتشف. أما كلمة الإعلامي: فهي كلمة منسوبة إلى الإعلام بمعنى المعرفة، والدراية، وإدراك الحقائق ونشرها. ومن هذا التبسيط يمكننا تعريف البحث الإعلامي بأنه: استقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف حقائق وقواعد يمكن التحقق منها مستقبلاً عن طريق الاختبار العلمي أو البحث، والذي هو طريقة للدراسة يمكن التوصل بواسطتها من خلال التحري الشامل والدقيق في جميع الأدلة التي يمكن التحقق منها، والتي لها علاقة بمشكلة معينة.

والبحث الإعلامي بهذا المعنى هو: التحقق المنظم في موضوع أو قضية أو ظاهرة أو

(1) د. عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط 3، القاهرة، وكالة المطبوعات، 1977، ص5.

(2) هادي نعمان الهيتي: ملاحظات حول حدود ومجالات استخدام مناهج البحث وطرق وأدوات البحث العلمي في بحوث الإذاعة والتلفزيون في الوطن العربي، بحث منشور في مجلة شؤون عربية (تونس) العدد 24، جامعة الدول العربية، 1983، ص14.

مشكلة إعلامية للكشف عن الحقائق أو النظريات المتعلقة بالجانب الإعلامي أو الاتصالي وتطويرها. ولا تختلف أهداف البحث الإعلامي بصفة خاصة عن أهداف البحث العلمي بصفة عامة، إذ يمكن تلخيص تلك الأهداف بما يأتي[1]:

1- الكشف عن الحقائق وخصائصها.
2- الكشف عن العلاقات الارتباطية لهذه الحقائق وعناصرها.
3- السيطرة على حركة الحقائق التي تم اكتشافها ومعرفة خصائصها وعلاقاتها.
4- إمكانية التوقع بحركة هذه الحقائق أو مثيلاتها في إطار العلاقات المتجددة والمتغيرة.

وقد صنف الباحث هارولد لاسويل البحوث الإعلامية المعاصرة إلى خمس مجالات هي:

- المجال الأول: بحوث القائم بالاتصال وحارس البوابة، أو من قال؟
- المجال الثاني: بحوث المضمون أو الرسالة، أو ماذا قيل؟
- المجال الثالث: بحوث الوسيلة أو القناة، أو كيف قيل؟
- المجال الرابع: بحوث الجمهور أو المستقبلين، أو لمن قيل؟
- المجال الخامس: بحوث التأثير أو بأي تأثير على الفرد أو المجتمع؟

خصائص البحث الإعلامي

أما خصائص البحث الإعلامي فيمكن تلخيصها بما يأتي:

1- **البحث العلمي عملية منظمة وهادفة:** ينجز البحث العلمي بعملية منظمة تبدأ بسؤال في عقل الباحث تتم صياغته على شكل مشكلة بحثية توضع لها حدود ومتطلبات بصورة دقيقة، يلي ذلك إتباع خطة البحث التي يتم وضعها والتي تحدد الخطوات العلمية اللاحقة للبحث العلمي، و يحدد الباحث منهج البحث وإجراءاته وادواته،

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط 3، القاهرة، عالم الكتب، 2013، ص 9-10.

بحيث يكون مبنياً على أساس من تفهم المادة العلمية منهجياً على أساس الأسلوب العلمي المجرد والبعيد عن التحيز.

2- **الأصالة**: يتميز البحث الإعلامي بأن الباحث يسعى فيه إلى الوصول إلى أفكار علمية جديدة ذات أهمية علمية من خلال الموضوع الذي يقوم بدراسته ،على أن يكون مستقلاً في تفكيره، ومعايشاً للواقع. وتبرز الجدة والأصالة في البحث الإعلامي عند اختيار الموضوع وتحديد المشكلة والأسلوب الذي يستخدمه الباحث لمعالجة الموضوع. كما أن الأصالة يمكن أن تظهر من خلال الأمثلة المحلية التي يستخدمها الباحث، وكذلك النتائج والتوصيات والحلول النابعة من البيئة التي يتوصل إليها الباحث ويقترحها لعلاج المشكلة.

3- **الإبداع**: تتمثل خاصية الإبداع في البحث الإعلامي في القدرات و المهارات التي يمتلكها الباحث ويسخرها لخدمة موضوع البحث، وليتوصل إلى أفكار ابتكارية متميزة.

4- **الأمانة العلمية**: يتطلب البحث الإعلامي من الباحث الحيادية التامة، فليس له الحق في تحريف أي معلومة أو تغييرها أو يسمح لنفسه بسرقة جهد الآخرين ونسبته إلى نفسه. والأمانة العلمية من الفضائل الإنسانية النبيلة التي يجب أن يتحلى بها الإنسان بشكل عام ولاسيما الباحث. ومن متطلبات الأمانة العلمية المحافظة على حقوق الغير، بالإشارة إلى المصادر التي استقى منها الباحث معلوماته، وذكر كل البيانات عن المراجع المستخدمة.

5- **الموضوعية**: تتجلى خاصية الموضوعية عند استخلاص النتائج أو إصدار القرارات، فمن خصائص البحث العلمي انه يتميز بالموضوعية، ويجب على الباحث إلا يتحيز إلى رأيه الشخصي أو أفكاره الخاصة، وإنما يجب عليه الاعتماد على الفكرة المدعمة بالأدلة و البراهين. ومن الموضوعية إلا يسمح الباحث لعاطفته بالسيطرة على أفكاره أو على تفسيراته وتبريراته في أي جانب من جوانب الموضوع، وإنما يجب أن يكون همه هو تحري الحقيقة والبحث عنها، فكلما ابتعد الباحث عن الأحكام الذاتية وتحرر

من التحيز زادت درجة موضوعيته، وذلك لكون الحقائق العلمية مستقلة عن رغبات الباحث الذاتية، ولهذا يجب على الباحث أن يعرف المؤثرات على موضوعية البحث العلمي ليتجنبها.

6- **الدقة**: بما أن البحث الإعلامي عمل دقيق، فإنه يتطلب الحرص التام من الباحث، والتأكد من أن المعلومات التي يعتمد عليها في دراسته معلومات دقيقة، وان يسعى في البحث إلى التحقق من دقة تلك المعلومات. هذا بالإضافة إلى أن من أهداف البحث العلمي زيادة درجة تأكيد بعض البيانات والاستنتاجات القديمة. ولهذا فإن الباحث يعمد في بعض الأحيان إلى التكرار وإعادة الدراسة للتأكد من الدقة، خاصة أن التوصل إلى بعض الحلول لبعض المشاكل قد يكون بداية لظهور مشكلات جديدة مما يدعو إلى ضرورة إجراء بعض الأبحاث الأخرى لتأكيد صحة تلك النتائج أو لصياغة مشكلات بحثية أخرى والتوصل إلى ما ينافيها.

7- الاعتماد على الدليل بدلاً من مصدر الثقة: أن إضافة معرفة جديدة إلى المعرفة الإنسانية ليس بالأمر السهل والبحث العلمي يجب أن يعتمد على الدليل في مقابل رفض الاعتماد على مصدر الثقة مهما كان موثوقاً، وذلك لان النتائج لا تكون صحيحة إلا إذا دعمت بالدليل القاطع.

ويعبر التصميم المنهجي عن مهارة الباحث في تعديل أو تغيير الخطوات المنهجية المميزة لتتفق مع النماذج المتعددة لمجتمع البحث أو الأهداف الفرعية للبحوث العلمية، أو رغبة الباحث في تأكيد صدق الإجراءات وثباتها وصدق النتائج والتفسير والاستدلال وبالتالي يعتبر التصميم المنهجي أسلوباً فرعياً للبحث يمكن أن يختلف من بحث لآخر في إطار المنهج العام.

وهناك العديد من المناهج العلمية التي يتم استخدامها مع أنواع الدراسات العلمية، وقد يختلف الخبراء في تصميمها، ولكن هناك اتفاقاً على تصنيف المناهج العلمية في إطار

الدراسات العلمية كالأتي[1]:

1- الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية: وتعتمد على مسح التراث العلمي، وسؤال ذوي الخبرة، وتحليل الحالات والأمثلة التي يمكن الاستدلال من خلالها عن نتائج تثري الدراسة.

2- الدراسات الوصفية: وتعتمد على المنهج المسحي بتصميماته المتعددة، ودراسة الحالة، وتحليل النظم، وتحليل المحتوى، والسببية المقارنة، والدراسات الارتباطية والتطورية.

3- الدراسات التجريبية: وتعتمد على المنهج التجريبي.

4- الدراسات التاريخية: وتعتمد على المنهج التاريخي.

وللمناهج العلمية أدوات قياس أو جمع البيانات يمكن استخدامها مع كل المناهج، وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في قياس المتغيرات أو جمع البيانات عنها بشكل منهجي يتوفر فيه الاتساق والثبات وصدق القياس والصلاحية للاستخدام من اجل الهدف الذي أعدت له. ويختار منها الباحث أو يقوم بتصميمها طبقاً لأهداف البحث.

أهمية البحوث الإعلامية

لقد أدرك الباحثون الحاجة إلى منهج علمي مدروس في البحث، فادخلوا طريقة التجربة وأسلوب الملاحظة في بحوثهم، واعتبروها الأساس المعتمد عليه. وقد قسموا المعرفة إلى نوعين: المعرفة المبنية على الاختبار والتجربة، والمعرفة النظرية، ثم عمدوا إلى مسح الأشياء ووصفها تمهيداً لاختبارها، وأكدوا على مجال مهم في بحثهم العلمي، هو المعاينة والمشاهدة، أي أسلوب الملاحظة. ولذلك فقد أصبح منهج البحث العلمي والتمرس على تقنياته علماً قائماً بذاته[2].

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 21.

(2) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1992، ص25.

لقد أصبح الهدف من تدريس مادة مناهج البحث الإعلامي لطلاب الدراسة الجامعية الأولية، والدراسات العليا هو إعداد الطلاب إعداداً تربوياً علمياً يؤهلهم ليصبحوا أساتذة وباحثين منهجيين، وتوجيههم التوجيه الصحيح ليتفرغوا للبحوث والدراسات العلمية الأكاديمية؛ لأن الهدف الأساسي للتعليم الجامعي ليس هو تخريج المدرسين أو المهنيين وحسب، وإنما هو تخريج باحثين أكاديميين يمتلكون الوسائل العلمية لإثراء المعرفة الإنسانية، بما يقدمونه من مشاركات جادة في مجالات تخصصهم، ويتحلون بالأخلاق السامية التي هي عدة الباحث في هذا الميدان مثل: الصبر، والمثابرة، والأمانة، والصدق، والإخلاص لطلب العلم وحده.

شهدت العقود الخمسة الماضية اهتماماً كبيراً من قبل الدول المتقدمة في مجال البحوث الإعلامية؛ وذلك انطلاقاً من الدور الذي تؤديه تلك البحوث في ترشيد السياسات الإعلامية التي تنطوي عليها كافة الوظائف والوسائل والأساليب وتطوير طرائق وأساليب الممارسات الإعلامية في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

إن البحث العلمي بشكل عام هو الذي يقدم للإنسانية شيئاً جديداً، ويُساهم في تطوير المجتمعات ونشر الثقافة والوعي والأخلاق القويمة فيها باستمرار. من هنا فإن البحث الإعلامي هو البحث الذي يساهم في دراسة الظواهر والمشكلات التي تتعلق بالإعلام وإيجاد الحلول لها. وتزداد أهمية البحث الإعلامي كلما ارتبط بالواقع أكثر فأكثر، فيدرس مشكلاته، ويقدم الحلول المناسبة لها. وتؤدي بحوث الإعلام دوراً رئيساً في كافة الجوانب الخاصة بالممارسة الإعلامية، وبدون استخدام هذه البحوث من البداية والاعتماد عليها بصفة مستمرة لا يمكن أن تقوم لعدد كبير من الوظائف الإعلامية قائمة[1]. ففي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل

(1) د. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي – بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 2006، ص17.

الإعلام والتفصيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية والوقائع والأحداث، ثم وصف النظم بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها[1].

وتُعين بحوث الإعلام مخططي الاستراتيجيات الإعلامية على تحديد المدخلات الإعلامية الصحيحة في التعرف على المخرجات المستحقة، ومدى مطابقتها للأهداف المحددة سلفاً، مما يسهم في تقديم كفاءة الجهود الإعلامية وتطويرها وتنميتها باستمرار. ومما يزيد من أهمية هذا الدور وجود مجموعة من العوامل المرتبطة بالنشاط الإعلامي والمؤثرة فيه، والتي تؤكد مدى الاحتياج المتزايد إلى استخدام البحوث، ومن أهم هذه العوامل ضرورة جمع بيانات ومعلومات دقيقة عن المشكلات البيئية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية السائدة، ومدى ما يمكن أن يسهم به الإعلام في مواجهتها، والحاجة المستمرة إلى توفير البيانات والمعلومات المستمرة عن الرأي العام والاتجاهات والمعتقدات والآراء ووجهات النظر المختلفة، ودرجات المعرفة والوعي والإدراك ومراكز الاهتمام، والانطباعات لدى الجماهير المختلفة داخلياً وخارجياً، نظراً لأهمية دراسة الرأي العام وقوة تأثيره في النشاط الإعلامي، كذلك ضرورة دراسة جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين بما يوفر المعلومات المتكاملة عنهم، والتي تفيد في توجيه المواد الإعلامية الملائمة إليهم، إلى جانب دراسة الوسائل الإعلامية المختلفة بخصائصها وجوانبها الفنية، وقياس اثر النشاطات الإعلامية وتقييم فعالية الجهود الاتصالية، بالإضافة إلى كافة البيانات المتعلقة بأنشطة الاتصال وأنماطه ونماذجه، وأساليب الممارسات الإعلامية وغيرها من العوامل التي تؤكد على حتمية بحوث الإعلام وتصاعد الاحتياج إليها[2].

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 5، القاهرة، عالم الكتب، 2015، ص15-16.

(2) د. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص17 - 18.

ومما لا شك فيه أن أهمية البحوث الإعلامية التي يكتبها المتخصصون في مجال الإعلام، تبرز من خلال التعريف بالأهداف والتصميمات المنهجية الآتية:

1- وصف الظاهرة الإعلامية وعناصرها.
2- وصف العلاقات السببية واختبارها.
3- تحليل محتوى الإعلام.
4- تحليل محتوى المواقع الإعلامية.
5- تقديم دراسات تاريخية ومستقبلية في مجال الإعلام.
6- تقديم الدراسات الكيفية والبحث النقدي.

ويميل البحث الإعلامي اليوم للتخصص في مجال الإعلام، فهناك بحوث تتعلق بوسائل الإعلام تسمى (بحوث الوسيلة)، وهناك بحوث تتعلق بجمهور وسائل الإعلام تسمى (بحوث الجمهور)، وهناك بحوث تتعلق باستطلاعات الرأي حول ظاهرة معينة تسمى (بحوث الرأي العام) وجميع هذه البحوث تهتم بمعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل، وتسلط الضوء على أسباب الظواهر أو المشكلات الإعلامية ونتائجها، وتوازن هذه البحوث بين الأمور لتبين صحيحها، وتهدف إلى إبراز حقيقة ما، أو تضع حلاً لمشكلة ما: ثقافية، أو علمية، أو اجتماعية، أو أدبية، أو تتوصل إلى اكتشاف جديد، أو تطوير استخدام أو إشباع في وسيلة إعلامية، أو تصحيح خطأ شائعاً في المجالات الإعلامية المتعددة.

من هنا يجب على الباحث الإعلامي الذي يعرف أهمية البحوث الإعلامية التقيد والالتزام الصارم بطرق البحث العلمي ومواصفاته التي يجب أن تراعي العوامل الآتية:

1- أن تكون هناك مشكلة تستدعي الحل.
2- وجود الدليل الذي يحتوي عادة على الحقائق التي تم إثباتها بخصوص هذه المشكلة، وقد يحتوي على رأي أصحاب الاختصاص.
3- التحليل الدقيق للدليل وتصنيفه، حيث يمكن أن يرتب الدليل في إطار منطقي، أو في إطار شرعي علمي؛ وذلك لاختياره وتطبيقه على المشكلة.

4- استخدام العقل والمنطق لترتيب الدليل في حجج وإثباتات حقيقية علمية، دون اللجوء إلى الانفعال والعواطف والأغراض الشخصية.

أهداف البحوث الإعلامية

يحدد علماء المنهجية أهداف البحث العلمي بأربعة أهداف رئيسة هي(1):

1- اكتساب المعرفة بظاهرة ما أو التوصل إلى معرفة جديدة عن هذه الظاهرة.
2- تحديد تكرار حدوث شيء ما أو التكرارات المرتبطة بشيء ما يصحب ذلك الاستعانة بفرض مبدئي محدد.
3- اختيار فرض ما عن علاقة سببية بين متغيرات معينة.
4- التصوير الدقيق لخصائص أو سمات فرد ما أو موقف أو جماعة معينة.

ويمكن تحديد أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية من خلال التشخيص الذي قدمه الباحث الامريكي ولبر شرام حول مسؤولية علماء الاتصال في إدراك وفهم الاتصال الشخصي قائلاً: أن مسؤولية علماء الإعلام والاتصال تكمن فيما يأتي(2):

1- دراسة الاتصال الجماهيري.
2- معرفة تنظيم مؤسسات الاتصال وأساليب السيطرة الاجتماعية عليها ومراكز المؤسسة في التنظيم الاجتماعي العام وظيفتها وجمهورها ومسؤولياتها وطرق قياس تلك المسؤوليات.
3- دراسة طبيعة التأثير والسبيل إلى تحقيق فاعلية الاتصال.
4- اختيار الوسائل الملائمة وطبيعة كل وسيلة ونوع الجمهور المستقبل لها ومشكلة نقل المعاني.

---

(1) د. محمد منير حجاب: اساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 40-42.

(2) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام - مدخل عام، دراسة منشورة في كتاب (بحوث الإعلام في الوطن العربي) الذي أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة، 1980، ص14.

ومن هنا يمكن تحديد أهم أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية بالنقاط الآتية(1):

1- الوصف:

تهدف الدراسات الإعلامية إلى وصف حركة الظواهر الإعلامية وعلاقاتها واتجاهاتها والعوامل المحركة والدافعة لعناصرها، وعلاقات هذه العناصر ببعضها، وتأثيراتها المتبادلة في إطار السياق الاجتماعي العام. وتسعى بعض البحوث والدراسات الإعلامية إلى تحقيق أهداف وصفية تتمثل في اكتشاف حقائق معينة، أو وصف واقع معين، إذ يقوم الباحث بجمع المعلومات التي يستطيع من خلالها تفسير بعض الظواهر وصياغة بعض الفرضيات. وفي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف للنظم والمؤسسات الإعلامية، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها.

2- التنبؤ:

يركز البحث العلمي في المجالات الإعلامية للتنبؤ في وضع تصورات واحتمالات عن ما يمكن أن يحدث في المستقبل لبعض الظواهر من حيث التطورات الممكنة، والتوقع بحركة الظاهرة الإعلامية والحقائق المتصلة بها، وصياغة التفسيرات الأولية لاتجاهات الظاهرة الإعلامية، وعلاقاتها في وجود العلاقات والتأثيرات والعوامل الدافعة أو المحركة لها. وكذلك يركز على أوضاع بعض الظواهر إذا ما ظهرت في ظروف مختلفة.

3- التفسير:

يعمل الباحث الإعلامي الذي يهدف إلى تقديم شرح لظاهرة إعلامية معينة على توضيح كيف ولماذا تحدث هذه الظاهرة؟ حيث لا يتوقف عند الإجابة على سؤال كيف

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص10 – 16.

تحدث الظاهرة، وإنما يسعى إلى معرفة لماذا تحدث هذه الظاهرة؟. ومن الصعب عزل تفسير الظاهرة الإعلامية عن مقدمات هذا التفسير، وبصفة خاصة تأثير ذاتية الباحث في التفسير واتجاهاته. مما يشير إلى تعدد التفسيرات الخاصة بالظاهرة الإعلامية الواحدة بتعدد الباحثين واتجاهاتهم، حيث يصعب الضبط الكمي الدقيق في دراسة هذه الظاهرة.

4- التقويم:

تهدف بعض الأبحاث العلمية إلى تقويم الظاهرة، والتعرف على ما إذا تم تحقيق أهداف المنظمة، والى أي مدى تم تحقيق أهداف برامجها مثلاً، كما يتم من خلال هذا الهدف للبحث العلمي التعرف على نتائج غير مقصودة سواء أكانت مرغوبة أو غير مرغوبة.

5- الدحض (التفنيد):

كثيراً من البحوث العلمية لا تستطيع الجزم بقبول فرضية معينة، ولكن ذلك قد يكون ممكناً لو سعت إلى دحض أو رفض فرضية أخرى.

6- التثبت:

ترتكز بعض البحوث العلمية التي تهدف إلى التثبت على أن الباحث يقوم بإجراء دراسة للتثبت من حقيقة موضوع سبق دراسته من قبل باحث آخر، ولكنه يأخذ عينة وبيئة مختلفة. والبحث العلمي الذي يهدف إلى التثبت يقوم بدراسة الموضوع نفسه، ولكن في مؤسسة مختلفة بحيث يمكن المقارنة بينها وبين المؤسسات الأخرى. وكثيراً ما تتم البحوث التي تهدف إلى تأكيد نتائج بحوث سبقتها وذلك في ظل اختلاف العينة والبيئة؛ مما يقوي الفرضية السابقة ويزيدها صلابة، كنتيجة طبيعية لتوفر أدلة إضافية على ما توصلت إليه.

خطوات البحث الإعلامي

إن من أهم ما يميز البحث الإعلامي، ويجعل المختصين قادرين على تحديد مستواه، هو الخطوات المتبعة في تنفيذ هذا البحث. فكثير من الباحثين الذين يمتلكون الهيمنة، والتمكن الكامل في مواضيعهم المختارة لدراستها، ولكن قد يخطئون في إتباع الخطوات

الصحيحة المتبعة في عمل البحث الإعلامي. فينتج عن ذلك أبحاث ضعيفة لا لجهل الباحث بموضوعه، ولكن لجهله في الطريقة المنهجية الصحيحة المتبعة لإنجازه. ويتم البحث الإعلامي في إطار خطوات وإجراءات منتظمة ومحددة تتمثل فيما يأتي:

1- اختيار مشكلة البحث وتحديدها:

يعد اختيار مشكلة البحث الإعلامي هماً شاغلاً للباحثين المبتدئين، والمهم معرفة من أين نبدأ، ولحسن الحظ هناك عدد من المصادر المتاحة لاستقاء الموضوعات البحثية، مثل الدوريات العلمية التي تهتم بالدراسات والبحوث الإعلامية والملخصات البحثية للمؤتمرات العلمية في المجال الإعلامي والبحوث والدراسات الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت[1]. ويمكن تعريف مشكلة البحث بأنها: عبارة عن تساؤل أو بعض التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث أو الدراسة التي اختارها، وهي تساؤلات تحتاج إلى تفسير يسعى الباحث إلى إيجاد إجابات شافية ووافية لها. وقد تكون المشكلة البحثية عبارة عن موقف غامض يحتاج إلى تفسير وإيضاح[2]. وتعد مشكلة البحث احدى أصعب خطوات البحث الإعلامي التي تواجه الباحث، لافتراض استكشافه، وتحديده للحقائق، والمتغيرات، والتفسيرات التي تسبب المشكلة، وتتبع علاقات متداخلة يقوم بعرضها في صياغة تعطي صورة كاملة عن مشكلة البحث[3].

2- مراجعة التراث العلمي:

لا يمكن البدء في تنفيذ فكرة بحثية دون الرجوع إلى دراسات سابقة أو دراسات مرتبطة، ودون الرجوع إلى التراث العلمي الذي يثري البحث وفكر الباحث واتجاهاته نحو المشكلة وخطوات حلها، والوصول إلى النتائج المستهدفة، واتجاهات تفسير هذه

---

(1) د. شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص30.

(2) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 17 – 18.

(3) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976، ص 70.

النتائج. فالدراسات السابقة تشير إلى الدراسات التي درست في نفس المجال الخاص للمشكلة التي يقوم بدراستها الباحث؛ بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج المشكلة المطروحة إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة، ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية، أو الفروض البحثية، وصياغة الإطار النظري، وتفسير النتائج الخاصة بالبحث.

3- وضع الفروض أو التساؤلات:

تعدّ صياغة الفروض العلمية والعلاقة بين المتغيرات خطوة منهجية من خطوات البحث العلمي، وإجراءً منظماً للوصول إلى النتائج الخاصة بالبحث، ولكنها ليست ملزمة للباحث في جميع الأحوال؛ لأن الإجراءات قد تستهدف الإجابة على عدد من التساؤلات البحثية التي تتفرع عن المشكلة الرئيسة دون الحاجة لاختبار العلاقات أو تجريبها[1]. والفرض العلمي هو: تعميم مبدئي تظل صلاحياته محل اختبار، أو أنه حدس مؤقت لم يثبت بعد، أو أنه علاقة أولية بين متغيرين لم تثبت صحتها بعد. فإنه عند ثبوت صحة هذا الفرض من خلال الملاحظة العلمية والتجريب، وعدم وجود فروض أخرى تنقضه أو تتعارض معه، فإن الفرض يتحول بعد ذلك إلى تعميم نهائي بين هذه المتغيرات، ويأخذ هذا التعميم شكل القانون الذي يحكم العلاقة بين هذه المتغيرات وحركتها. مما لا يحتاج إلى تجريبه مرة أخرى، ويمكن تطبيقه مباشرة بعد ذلك على الحالات المماثلة، وبذلك تصبح العلاقة في شكلها الأخير عامة ومجردة لا ترتبط بحالة بذاتها. ومن كل ما تقدم نستطيع القول أن الفرض هو جملة تعبر عن توقع مدروس لاحتمال وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر، وهذا التوقع قد يثبت صحته أو خطأه. ويلاحظ أن وضع الفروض يرتبط بنوع الدراسة. فالدراسات الاستطلاعية تخلو من الفروض، على حين أن الدراسات الوصفية قد تتضمن فروضاً إذا كانت المعلومات المتوفرة لدى الباحث تمكنه من ذلك، أما الدراسات التجريبية فإن من الضروري أن تتضمن فروضاً دقيقة محددة؛ بحيث تدور الدراسة بعد

(1) د. محمد عبد الحميد:: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص181.

ذلك حول محاولة التحقق من صحتها أو خطئها. أما التساؤل فيهدف إلى إعطاء مؤشرات عن شيء ما، وليس بالضرورة لمعرفة وجود علاقة بين متغيرات من عدمه. ويلجأ الباحث إلى وضع التساؤلات عندما لا تكون لديه خلفية معلوماتية كافية تؤهله لوضع فروض، وتفيد المعلومات التي يتوصل إليها الباحث في هذه المرحلة في صياغة الفروض فيما بعد. ومن أمثلة التساؤلات البحثية: ما التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لنشرات الأخبار؟ هل توجد علاقة بين مشاهدة أفلام الكارتون والسلوك العدواني للأطفال؟ ما هي مضامين الدعاية الصهيونية الموجهة إلى العراق عبر الإذاعة الإسرائيلية خلال الحرب العراقية الإيرانية؟ ومن أمثلة الفروض البحثية: توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للبرامج الإخبارية ومستوى المشاركة السياسية للشباب. كلما زاد حجم التعرض للإعلانات، زاد معدل الاستهلاك. وكلما زاد حجم التعرض للبرامج الأجنبية، زاد مستوى الاغتراب الثقافي[1].

4- تحديد التصميم الملائم للبحث:

يقصد بتصميم البحث هو خطة منظمة ومنطقية لتوجيه البحث وتحديد أهدافه ومنهجه والأساليب التي يجب تبنيها لتحقيق الأهداف[2]. أما تحديد التصميم الملائم للبحث فيقصد به تحديد نوعية البحث والمنهج المستخدم وتحديد الأدوات التي ستستخدم في جمع البيانات بناءً على طبيعة البيانات المطلوبة وبناءً على نوعية الجمهور الذي تطبق عليه الدراسة. فعلى سبيل المثال إذا كان هدف الباحث قياس تأثير نوعية برامج الأطفال على المهارات اللغوية لدى أطفال ما قبل المدرسة، فإن البحث في هذه الحالة يكون من البحوث السببية التي تقيس التأثير، والمنهج الأنسب لهذا البحث هو المنهج التجريبي الذي يعتمد على أداة التجربة في جمع البيانات التي تستهدف اختبار الفروض. أما إذا كان هدف البحث على سبيل المثال معرفة دور الصحف المستقلة في إدارة المواقف الصراعية

---

(1) د. شيماء ذو الفقار زغيب: مصدر سابق، ص39.

(2) د. منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007، ص224.

داخل المجتمع وتشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي فيعتمد هذا البحث على المنهج المسحي في مستوييه الوصفي والتحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون لوصف وتحليل التصورات المطروحة داخل مانشيتات إحدى الصحف خلال مدة زمنية محددة، وكذلك وصف وتحليل اتجاهات قراء الصحيفة (المأخوذة في عينة البحث) حول الأداء الحكومي في علاقته بقراءة تلك الصحيفة عن طريق استمارة استبيان يعدها الباحث لهذا الغرض[1]. ويعدّ المنهج المسحي من ابرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال البحوث والدراسات الإعلامية، ولا يقتصر على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، ويلجأ إلى استخدام مختلف الأساليب كالاستقصاءات، والمقابلات، والملاحظة المقننة، وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات[2]. كذلك فإن المنهج الوصفي باستخدام أسلوب (تحليل المضمون) يعد من أنسب المناهج العلمية التي تستخدم في بحوث الإعلام، والتي تقوم على الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة معينة من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، وصولاً إلى بناء نتائج و تعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره[3].

5- جمع البيانات:

على الباحث أن يجمع بيانات البحث التي تشتمل على نوعين هما: البيانات الأولية وهي التي يجمعها الباحث بنفسه لأغراض البحث الذي يقوم به، مثل المقابلة أو الملاحظة أو الاستبيان أو التجربة أو استمارة تحليل المضمون، وتحدد الأداة المستخدمة حسب المنهج

---

(1) د. سعد سلمان المشهداني: دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق، بحث منشور في كتاب التعددية والوحدة الوطنية ـ الواقع والطموح، بغداد، بيت الحكمة، 2009، ص249 – 280.

(2) د. عبد الباسط محمد عبد المعطي: البحث الاجتماعي – محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، ط3، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1993، ص 369–386.

(3) د. ربحي مصطفى وعثمان محمد: مناهج وأساليب البحث العلمي – النظرية والتطبيق، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص43.

المستخدم والجمهور المستهدف من البحث، وحسب الهدف من إجراء البحث. أما النوع الثاني التي يجمعها الباحث فهي البيانات الثانوية التي يعتمد عليها الباحث، ويكون قد جمعها باحثون غيره في دراسات سابقة لأغراض بحثية أخرى[1]. ومن الخطوات المهمة في البحث الإعلامي عند جمع بياناته تحديد مجتمع البحث، حيث يجب على الباحث أن يقوم بمسح شامل لمجتمع البحث إذا كان صغيراً، واخذ عينة محددة وممثلة بشكل جيد للمجتمع الأصلي إذا كان مجتمع البحث كبيراً.

6- تحليل البيانات وتفسيرها:

يتوقف الوقت والمجهود اللازمان لتحليل البيانات وتفسيرها على الهدف من البحث وعلى المنهج المستخدم؛ فقد يتراوح الوقت من عدة أيام إلى عدة شهور، وعندما تكتمل عملية تحليل البيانات ينبغي على الباحث أن يتساءل عن مدى دقة النتائج، وهل تتمتع بالصدق الداخلي والصدق الخارجي أم (لا)؟. وبعد مراجعة البيانات ينبغي على الباحث أن يصنف البيانات في نسق معين يتيح للخصائص الرئيسة أن تبدو واضحة جلية، وينبغي على الباحث أن يفرغ البيانات أما بالطريقة اليدوية، أو بالطريقة الآلية، ويتوقف ذلك على عدد الاستمارات التي جمعها الباحث. وتتم عملية جمع البيانات وتحليلها احصائياً لإعطاء صورة وصفية دقيقة للبيانات التي أمكن الحصول عليها، ولتحديد الدرجة التي يمكن أن تعمم بها نتائج البحث على المجتمع، الذي أخذت منه العينة وعلى غيره من المجتمعات، ويستعان في ذلك بالأساليب الإحصائية المختلفة التي تفيد في هذا المجال. وتشمل عملية تحليل البيانات وتفسيرها الخطوات الآتية:

أ – **تصنيف البيانات:** أي ترتيب البيانات التي تم جمعها بطريقة كيفية للمعلومات التي تحتوي على صفات لا يمكن عدها وقياسها وطريقة أخرى كمية وهي البيانات التي تحتوي على صفات كمية يمكن عدها وقياسها، والتصنيف هنا يهدف إلى إظهار علاقة البيانات بعضها ببعض وتبسيطها والخروج بنتائج معقولة.

(1) د. شيماء ذو الفقار زغيب: مصدر سابق، ص40.

ب- **تفريغ البيانات**: وهي تشمل طريقة يدوية عندما تكون البيانات قليلة وطريقة أخرى آلية باستخدام الكومبيوتر عندما تكون كبيرة.

ج- **تحليل البيانات**: يعتمد الباحث في تحليل بياناته على العمليات والأساليب الإحصائية العلمية والتحليل قد يكون كيفي يعتمد على المعلومات التي تم جمعها ومحاولة إيجاد العلاقات والظواهر والربط فيما بينها من دلالات وأفكار وقد يكون كمي يستخدم فيه الباحث العمليات الإحصائية كالنسب المئوية والانحراف المعياري ومقاييس الارتباط.

د- **تفسير البيانات**: ويعتبره الباحثون أرقى طريقة في البحث العلمي والتي تبين قدرات الباحث الذهنية، معتمداً على الخبرات والمعرفة، وعند طريق التفسير يمكن للباحث الكشف عن العوامل المؤثرة في الظاهرة، الأسباب التي أدت إلى ظهور مثل هذه الظاهرة والربط فيما بينها وتفسير العلاقات بنتائج تبين الدلالات وراء تلك المشكلة.

هـ- **استخلاص النتائج**: وتعني حصيلة ما توصل إليه الباحث من نتائج ومدى اتفاق النتائج مع الفروض التي افترضها، ومدى إجابة نتائج البحث على تساؤلاته.

و- **الوصول إلى حلول وتوصيات**: في حالة الرغبة إلى تضمين البحث توصيات فإن مكانها في نهاية البحث. أما في حالة عدم الرغبة بالتوصيات فيكتفي الباحث بوضع ملخص في نهاية البحث لما تم عرضه وما توصل إليه من نتائج.

7- كتابة تقرير البحث:

يتوقف أسلوب كتابة تقرير البحث على الهدف من البحث؛ فالبحث الذي ينشر في إحدى الدوريات العلمية يتبع الأسلوب الذي تحدده كل دورية للنشر بها من حيث أسلوب الكتابة وإثبات المراجع[1]. ويقوم الباحث عند كتابته البحث بتحليل وتفسير البيانات بعد الانتهاء من هذه الخطوة، تبدأ خطوة كتابة تقرير البحث. وعن طريق هذه

(1) د. شيماء ذو الفقار زغيب: مصدر سابق، ص48.

الخطوة يستطيع الباحث أن ينقل إلى القراء ما توصل إليه من نتائج، كما يستطيع أن يقدم بعض المقترحات والتوصيات التي خرج بها من البحث، ويشترط أن تكون هذه المقترحات ذات صلة وثيقة بالنتائج التي أمكن الوصول إليها، وأن تكون محددة تحديداً دقيقاً. وتتجلى مهارة الباحث في الربط بين ما يتوصل إليه من نتائج وبين ما يقترحه من حلول للمشكلات التي أسفرت عنها الدراسة، والتي تشير إليها نتائج البحث بدون مبالغة أو حشو أو إسهاب.

وهناك ملاحظة تبرز لنا عند كتابة البحوث الإعلامية وتتعلق بالبحوث الكمية والكيفية، فبينما تتم كتابة البحوث الكمية بأسلوب مختصر فعال ومحدد مسبقاً، وان كان غير جذاب تتم كتابة البحوث الكيفية بأسلوب أكثر حرية ويميل إلى الأسلوب الأدبي. وهناك ثلاثة أساليب مختلفة لكتابة البحوث الإعلامية الكيفية: الأسلوب الأول هو الأسلوب الواقعي ويقوم على تقديم وجهة نظر موضوعية غير عاطفية باستخدام ضمير الغائب، والأسلوب الثاني هو الأسلوب الاعترافي ويقوم على تقديم وجهة نظر الباحث باستخدام ضمير المتكلم، والأسلوب الثالث هو الأسلوب الانطباعي ويقوم على استخدام الاستعارات والصور الحية للتأثير على القارئ. وتنتج البحوث الكيفية كماً كبيراً من البيانات، ويعد التحدي الأكبر هو اختصار هذا الجزء ليصل إلى حجم مناسب وهناك مبدآن يساعدان في هذا الصدد هما أولاً: تذكر أنه من المستحيل أن تقول كل شيء في تقرير البحث، وحاول أن تقدم صوراً قلمية موجزة وأمثلة توضيحية ومقتبسات تساعد في توضيح النتائج، وثانياً: اختر البيانات التي توضح مدى تنوع المعلومات التي تم جمعها بما في ذلك المواقف غير التقليدية.

الفصل الثاني

الخطوات المنهجية العامة

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- تصميم خطة البحث ومنهجيته
- المتغيرات البحثية وأنواعها
- التعريف بالمشكلة البحثية وتحديدها
- أسس اختيار مشكلة البحث
- مصادر التعرف على مشكلة البحث
- صياغة مشكلة البحث
- اختيار عنوان البحث

الفصل الثاني

الخطوات المنهجية العامة

تصميم خطة البحث ومنهجيته

إنّ معرفة تقنيات البحث العلمي ضرورية لكل من يرغب في إنجاز بحث علمي أصيل سواء على مستوى المراحل الجامعية الأولية أو العليا. وتكشف مخططات البحث العلمي في الكثير من الجامعات العربية عن غياب الاهتمام بالتقنيات البحثية والأساليب الفنية لإعداد البحوث الرصينة. ويُعبر مخطط البحث العلمي عن التصور المقترح لمشروع البحث العلمي، وهو بمثابة تصميم أولي للموضوع المراد بحثه، وغالباً ما يُنقح المخطط، ويُستدرك عليه إضافة وحذفاً أثناء عملية الإعداد والمراجعة. ويحتاج إعداد المخطط أو خطة البحث من الباحث إلى دراسة مستفيضة؛ وتحقيق عميق؛ قبل الوصول إلى الصورة النهائية التي تتطلب موافقة لجنة من الأساتذة المختصين كما هو معمول به في كثير الجامعات المرموقة.

إنّ تصميم خطة البحث يعكس دائماً جدية الباحث وعزمه، وأهليته كباحث علمي قادر على إنجاز مشروعه البحثي. فالتصميم الجيد علامة التفكير الجيد؛ وهو خطوة أساسية

للعمل العلمي القيّم. وقد شُبه إنجاز البحث وفقاً لتصميم سابق بالسفر المبرمج عبر مسارات محددة قصد اكتشاف المجهول.

ومن الضروري قيام الباحث في هذه المرحلة من مراحل إعداد البحث بتقديم خطة واضحة ومركزة ومكتوبة لبحثه، ويمكننا أن نرتب أهم عناصر خطة البحث فيما يأتي[1]:

1- عنوان البحث:

من المشاكل التي يتعرض لها العديد من الباحثين أثناء تقديم بحوثهم لمناقشها أو تقييمها، عدم اختيار العنوان الدقيق والشامل والواضح للبحث. وتوجه انتقادات كثيرة لهذا الجانب لذا فإنه يستوجب على الباحث التأكد من اختيار العبارات المناسبة لعنوان بحثه، فضلاً عن شموليته وارتباطه بموضوع البحث، إذ يتناول العنوان الموضوع الدقيق للبحث والمكان والمدة الزمنية التي يغطيها. مثال ذلك العنوان الآتي: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها ــ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تكريت عام 2009[2] .

2- مشكلة البحث:

وتصاغ المشكلة بشكل يعطي انطباعاً واضحاً على أنها موقف غامض أو تساؤل يراود ذهن الباحث، ويحاول إيجاد حل أو جواب مناسب له. ومشكلة البحث في المثال الآنف الذكر هي: التعرف على كيفية تعرض شباب جامعة تكريت إلى وسائل الإعلام العراقية، ورصد عادات التعرض وأهم دوافع التعرض، واستخدامات شباب جامعة تكريت لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام.

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص63-67.

(2) د. سعد سلمان المشهداني: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تكريت عام 2009، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي الصادرة عن كلية الآداب بجامعة تكريت، العدد (1) السنة الأولى كانون الأول 2009، ص505 - 527.

3- الفروض أو التساؤلات:

قد تكون هنالك فرضية واحدة شاملة لكل جوانب موضوع البحث أو أكثر من فرضية واحدة. وقد تقدم مشكلة البحث على شكل تساؤلات كما في المثال السابق، حيث قدم الباحث في بداية البحث المشكلة بالتساؤلات الآتية:

أ - ما مدى الانتظام في التعرض لوسائل الإعلام لدى شباب جامعة تكريت؟

ب- ما أنماط التعرض لوسائل الإعلام لدى الشباب الجامعي في جامعة تكريت؟

ج- ما أهم أسباب التعرض لوسائل الإعلام لدى شباب جامعة تكريت؟

د- ما أسباب عدم التعرض (لغير المتعرضين) لوسائل الإعلام لدى الشباب الجامعي في جامعة تكريت؟

هـ- ما عادات تعرض شباب جامعة تكريت لوسائل الإعلام؟

و- ما هي استخدامات شباب جامعة تكريت لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام؟

4- أهمية البحث:

يجب على الباحث أن يحدد أهمية بحثه في عبارات واضحة مقدمة، وتبرز أهمية البحث في مثالنا السابق من خلال أهمية معرفة رجع الصدى في مجال الإعلام، والمعرفة الهامة لردود الأفعال تجاه ما يقدم للجمهور هامة للمخططين وصانعي القرار لتعديل الرسائل، أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقي، وتزداد هذه الأهمية عند ربطها بجمهور الشباب الجامعي، والذي يعدّ ركيزة المجتمع وأمله في مستقبل أفضل، كذلك انطلاقاً من كون الشباب الجامعي مشارك وفعال ويستخدم وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة، فضلاً عن أن هذا الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يناسبه ويشبع حاجاته.

5- هدف البحث:

هناك خطأ شائع بين الباحثين يتمثل في الخلط بين أهداف البحث وأهميته، فالأهداف تجيب عن سؤال الباحث لنفسه: لماذا يجرى هذا البحث؟ أي توضح ما يسعى الباحث

للوصول إليه من خلال إجراء بحثه. أما أهمية البحث فتعبر عما يضيفه البحث، بعد الانتهاء منه من فوائد إلى الميدان العملي ومجال التخصص العلمي. وهنا يمكننا تحديد هدف البحث بالنسبة لمثالنا السابق فنقول أن الباحث يهدف إلى تحديد عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام للاستدلال على معايير استخدام هذه الشريحة المهمة من المجتمع العراقي لوسائل الإعلام؛ لان العملية الإعلامية والاتصالية في العراق بحاجة ماسة إلى بحوث الجمهور في عملية التخطيط والتنفيذ والمتابعة، انطلاقاً من الأسس والعناصر العلمية اللازمة لتلك العملية.

6- منهج البحث:

ويعني الأساليب والإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع البحث. وينبغي على الباحث عند تقديمه خطة البحث أن يحدد المنهج الذي اختاره لبحثه. ويجب أن يذكر في خطته: نوع منهج البحث الذي سيستخدمه في دراسة موضوعه، (وقد يحتاج لاستخدام أكثر من منهج)، والمبررات التي أدت للاعتماد على هذا المنهج. وقد اقتضت طبيعة البحث في عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها استخدام المنهج المسحي، بوصفه انسب المناهج العلمية المستخدمة لتحقيق هدف البحث.

7- أداة البحث أو أداة جمع المعلومات:

تعرف أدوات البحث بأنها الوسيلة أو الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل مشكلته مهما كانت تلك الأدوات حيث أن المشكلة المطروحة هي التي تحدد الأدوات التي يستعملها الباحث في بحثه مما يتناسب مع أداة المشكلة[1]. ويجمع الباحثون على أن الأدوات

(1) د. وجيه محجوب: طرائق البحث العلمي ومناهجه، بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر، 1993، ص133.

التي يمكن استعمالها كطرق لجمع البيانات هي: الملاحظة التي هي الطريقة التي يعتمد فيها الباحث على بصره وإحساسه وإدراكه في تقصي الحقائق وجمع المعلومات[1]. وهناك أداة المقابلة الشخصية التي هي تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو بين الباحث وشخص آخر لتحقيق هدف معين وتظهر أهمية المقابلة في الحصول على بيانات ومعلومات جديدة لا يمكن الحصول عليها إلا عن طريقها[2]. ومن الأدوات الأخرى استمارة الاستبيان التي هي أداة من أدوات البحث العلمي تستعمل على نطاق واسع للحصول على بيانات ومعلومات غير مدونة في السجلات أو الإحصائيات الرسمية وتتعلق بأحوال المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم[3]. ويستطيع الباحث استخدام أكثر من أداة لجمع المعلومات، إذا تطلب الأمر ذلك.

8- مجتمع البحث وعينه:

ينبغي أن تتضمن الخطة بيانات عن مجتمع البحث الأصلي والعينة المختارة. ويقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشراً، أم مؤسسةً، أم أنشطة تربوية، وغير ذلك. أما عينة البحث فتعني: تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونوا هم مصدر جمع بياناته في أثناء تنفيذه لبحثه. وتتم عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث.

9- حدود البحث:

ينبغي على الباحث عند تقديمه لخطة بحثه أن يذكر الحدود الزمانية والمكانية والموضوعية لبحثه. فقد يتعذر على الباحث أن يغطي في دراسته منطقة كاملة أو دولة، لذا يكون من

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص144.

(2) د. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، جدة، دار الشروق، 1990، ص392.

(3) د. وهيب مجيد الكبيسي ويونس صالح الجنابي: طرق البحث في العلوم السلوكية، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 1997، ص107.

الضروري عليه أن يوضح المحددات الجغرافية للبحث. وقد يكون من المستحيل أيضاً دراسة المشكلة أو الظاهرة في كل الفترات الزمنية، لذا يكون من الضروري توضيح الحدود الزمنية للبحث. وقد يصعب دراسة كل الجوانب والموضوعات المرتبطة بالظاهرة أو المشكلة، وهنا يكون من الضروري توضيح الجوانب أو الموضوعات التي سيتناوله البحث. وعلى الباحث عند ذكر هذه المحددات أن يوضح المبررات المقنعة التي جعلته يقف على هذه المحددات دون غيرها.

10- الدراسات السابقة:

تحتم أصول البحث العلمي رجوع الباحث إلى ما كتب عن موضوع بحثه من دراسات سابقة، إذ تعد عملية عرض التراث العلمي وتقويمه ركناً أساسياً من أركان البحث العلمي انطلاقاً من انه عملية تعتمد على التراكم المعرفي في تطورها، كما تعد الدراسات السابقة إحدى الركائز العلمية التي يمكن أن يستند إليها الباحث في بحثه؛ من اجل توثيق المعلومات والمعرفة في المناهج المتبعة في البحوث المشابهة لدراسته. وتساعد الدراسات السابقة الباحث على الاختيار السليم لبحثه وتجنبه تكرار بحث مشكلات سابقة، ويستطيع الباحث تجنب ما وقع فيه الباحثون الآخرون من أخطاء[1]. وهناك مدرستان في مناهج البحث إزاء التعامل مع الدراسات السابقة المدرسة الأولى ترى أن يتم إجراء تحليل نقدي للدراسات السابقة بعد تصنيفها وفق محاور معينة، وعرض ملخصاً لذلك يبرز الباحث من خلاله موقع بحثه منها، أما المدرسة الثانية فترى توظيف هذه الدراسات في مراحل الدراسة، فهناك دراسات يكون موقعها المقدمة ليستدل بها الباحث على ضرورة القيام ببحثه، وهناك دراسات توضع في الإطار النظري للبحث، وأخرى يُستشهد بها عند مناقشة النتائج وتفسيرها. ويُفضل الاستفادة من المدرستين عند عرض الباحث للدراسات السابقة. وأيا كانت الطريقة التي سيتبعها الباحث فلابد من توظيف الدراسات السابقة في البحث، وعرض ملخص وافٍ، وتحليل نقدي لها في نفس الوقت،

(1) خليفة شحاتة: طرق البحث الاجتماعي، الجماهيرية الليبية، جامعة قاريونس، 1992، ص72.

حتى يتيقن القارئ من أن الباحث قد استعان بالمصادر الأولية في جمعها، ويطمئن إلى أن الدراسة التي يقوم بها الباحث جديدة.

11- قائمة المصادر والمراجع:

ونعني بها قائمة المصادر التي ينوي الباحث الاعتماد عليها في بحثه. وتقتضي الأمانة العلمية أن يُضمن الباحث خطته قائمةً تحتوي على جميع المصادر التي استفاد منها في إعداد خطته، وكذلك بعد الانتهاء من تنفيذ الخطة وكتابة التقرير النهائي للبحث، يجب أن يذكر قائمة بالمصادر والمراجع التي تم الاستفادة منها في إعداد خطته، وفي تنفيذ إجراءات بحثه. وبهذا يكون الباحث قد انتهى من إعداد خطة بحثه وجاهزاً لعرضها على المشرف الذي سيقع عليه الاختيار، تمهيداً للموافقة عليها وعرضها على مجلس قسمه ليبدأ في الإجراءات الإدارية المتبعة في كليته وجامعته ليسجل الموضوع باسمه، ثم بعد ذلك يبدأ في وضع خطته موضع التنفيذ، حتى ينتهي من تنفيذها كاملة، ويصبح جاهزاً لمناقشتها أمام لجنة المناقشة.

المتغيرات البحثية وأنواعها

من العناصر المنهجية التي يجب على الباحث فهمها يأتي المتغير البحثي الذي هو خاصية مقاسة أو عشوائية تختلف باختلاف العناصر، وهو الظاهرة أو الحالة التي تأخذ عدة قيم مختلفة. ويعرّف في مكان أخر: مجموعة خصائص الأشياء وصفاتها أو أية حالة في البحث العلمي قد تتغير كمياً، أو نوعياً.

ويمكن تعريف المتغير البحثي كذلك بأنه: أي مفهوم تطبيقي له أكثر من قيمة واحدة أو قيمتين فأكثر. وتبعاً لهذا التعريف تتعدد أنواع المتغيرات التي تستخدم في بناء العلاقات الفرضية وصياغة التعميمات والنظريات العلمية[1].

وتنقسم المتغيرات إلى أنواع متعددة تبعاً لخصائصها أو استخداماتها أو موقعها من العلاقات الفرضية أو النهائية في المعرفة العلمية. فهناك المتغير الكمي والمتغير الوصفي أو

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص30.

الفئوي. **والمتغير الكمي**: هو المتغير الذي يتم التعبير عن التغير في حالته من خلال القيم الكمية مثل التعبير عن كثافة المشاهدة بعدد الساعات التي يقضيها الفرد أمام التلفزيون، أو التعبير عن توزيع الصحف بعدد النسخ التي توزعها يومياً أو منطقة معينة، أو التعبير عن الاستماع إلى برامج إذاعية بعدد الأفراد الذين يستمعون إلى هذه البرامج في وقت معين أو منطقة معينة. كما يمكن التعبير عن المتغير الكمي بالقيم الكمية التي تعكسها الأرقام بالعد أو التكرارات، فإنه يمكن التعبير عنه بالقيم الكمية اللفظية مثل التعبير عن قراءة الصحف بالقيم الكمية (كبير/ قليل) أو قدر الأفراد المؤيدين (كبير جداً/ كبير/ متوسط/ قليل/ قليل جدا)... وهكذا.

ومن المتغيرات الكمية الشائعة في البحوث الإعلامية متغير السن ومتغير الدخل، وعدد أفراد الأسرة وغيرها من المتغيرات التي يمكن قياسها كمياً أو التعبير عنها بقيم عددية أو لفظية كمية. وعلى الجانب الآخر هناك متغيرات أخرى يمكن توزيعها في فئات متجانسة، واستخدام التغير في هذه الفئات في هذه الفئات في بناء العلاقات واختبارها وهذه المتغيرات يطلق عليها المتغيرات الوصفية أو الفئوية أو النوعية، والتي يتم التعبير عن التغير فيها من خلال وصف الفئات بالصفات المتباينة، مثل الحالة الاجتماعية تضم فئات وصفية (متزوج، غير متزوج) أو الحالة التعليمية. ويمكن وصف فئاتها المتغيرة من خلال الصفات (أمي، يقرأ ويكتب، تعليم متوسط، تعليم جامعي) أو وصف التعرض إلى وسائل الإعلام من خلال فئات (منتظم، غير منتظم) أو مستوى الانتظام في القراءة فيمكن التعبير عنه بقيم كمية (عال، متوسط، منخفض). وقد تستخدم متغيرات كمية في علاقتها بأخرى فئوية أو وصفية مثل العلاقة بين عدد الساعات الدراسية التي أنهاها الطالب (30/ 60/ 90 ساعة فأكثر) ومستوى الانتظام في قراءة الصحف من قبل قراء (منتظمون، غير منتظمين، غير القراء). وقد تستخدم فئوية في علاقتها بأخرى فئوية مثل العلاقة بين متغير المستوى التعليمي (يقرأ ويكتب، تعليم متوسط، تعليم عال) ومتغير تفضيل الموضوعات الصحفية (جادة ، خفيفة)[1].

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص30 – 31.

المتغير المستقل: هو المتغير الفاعل في حركة الظاهرة، ويسمى أيضاً بالمتغير المؤثِّر، أو السبب، أو السابق، أو التجريبي، وهذه جميعها نعوت لما يمكن أن يؤدي إليه هذا المتغير مقارنة بغيره، إذ أن هذا النوع يؤثر في غيره من المتغيرات؛ وبالتالي يسبقها فيقود إلى نتيجة تشكل بذاتها متغيراً آخر يعرف بالمتغير التابع. فإذا كان البحث عن العلاقة بين السبب والنتيجة يكون هو السبب في حدوثها، وإذا كان البحث عن علاقة التأثير يكون هو العنصر المؤثر. ويترتب على حركة هذا المتغير النتائج التي تحدث في الظاهرة أو التأثر بحركته. وفي الدراسات الوصفية عندما ندرس العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والتحصيل الدراسي، فإن تكرار المشاهدة أو كثافتها يعتبر في هذه الدراسة هو المتغير المستقل الذي يترتب على حدوثه انخفاض التحصيل الدراسي على سبيل المثال، أو يؤثر في التحصيل الدراسي للطلاب الذين يستخدمون التلفزيون بكثافة أعلى.

مما تقدم نستطيع تعريف المتغير المستقل بأنه: هو العامل أو السبب الذي يطبق لمعرفة أثره على النتيجة[1].

المتغير التابع: ويعرف أحياناً بالمتغير المتأثر، أو النتيجة، وهي صفات توحي بتبعيته وتأثره بغيره من المتغيرات؛ وخصوصاً المتغير المستقل، ووفقاً لهذه المصطلحات يمكننا التعرف على المستقل والتابع حين نضيف كلمة (يؤثر في) بين المتغيرين، وأيهما يسبق الآخر يكون هو المستقل، والمتأخر هو التابع.

مما تقدم نستطيع تعريف المتغير التابع بأنه: المتغير الذي يحدث نتيجة لوجود المتغير المستقل، أو هو النتيجة التي يقاس اثر المتغير المستقل عليها[2].

وفي كثير من الدراسات لا يصبح المتغير المستقل وحده هو السبب أو المقدمة لحدوث

(1) محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، جدة، دار الشروق، 1403هـ، ص100.

(2) د. محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية – أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، جدة، (د. ن)، 2004، ص55.

الظاهرة أو ملاحظة النتائج. ولكن توجد متغيرات أخرى تسهم بشكل أو آخر في تفعيل المتغير المستقل وقيامه بدوره في العلاقة مع المتغير التابع. ومن هذه المتغيرات ما يتم تحديده صراحة في مشكلة وصياغة الفروض العلمية، في إطار التنبؤ بالعلاقة بين المتغيرات وهو المتغير الوسيط الذي يرى الباحث في وجوده تأكيداً للعلاقة بين كل من المتغير المستقل والتابع، باعتباره متغيراً محركاً أو دافعاً للمتغير المستقل. فعلى سبيل المثال قد يرى الباحث أن الرجال يميلون أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الجادة، بينما يرى أن النساء يملن أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الخفيفة. وفي نفس الوقت يقيم الباحث صياغته للعلاقة المذكورة على أساس زيادة الوقت المتاح للرجل في المنزل لقراءة الموضوعات الجادة والمتعمقة، بينما يقل هذا الوقت لدى المرأة بتأثير الاهتمامات والأعمال المنزلية لها. وفي هذه الحالة يكون الوقت المتاح متغيراً وسيطاً يعمل على تأكيد العلاقة المتباينة بين الرجل والمرأة في الاهتمام بالموضوعات الصحفية الجادة والخفيفة، فيكون لدينا في هذه الحالة: متغير النوع (متغير مستقل) ومتغير الوقت المتاح في المنزل (متغير وسيط) ومتغير الاهتمام والتفضيل للموضوعات الصحفية (متغير تابع). وبذلك فإن بناء العلاقة مع وجود المتغير الوسيط يساعد على التفسير الخاص بالعلاقة بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع[1].

التعريف بالمشكلة البحثية وتحديدها

يُعدُّ الإحساس بالمشكلة وتحديدها وصياغتها من ضرورات البحث العلمي لكونها قضية أو فكرة تحتاج إلى البحث، وهي تمثل أساساً للعمل العلمي الذي يؤدي فيما بعد إلى إيجاد الحلول[2]. ويمثل الإحساس بمشكلة البحث نقطة البداية في البحث العلمي، وانتقاء الباحث لمشكلة معينة ينتقيها من بين عدة مشكلات هي الخطوة الأولى للبحث

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص33 – 34.

(2) عقيل حسين علي: فلسفة مناهج البحث العلمي، القاهرة، مكتبة مدبولي، 1999، ص29.

والتي تؤثر تأثيراً أساسياً في جميع الخطوات العلمية اللاحقة به، من فرضيات، وإجراءات، وأدوات، وأنشطة ميدانية ونظرية أخرى سيقوم بها الباحث أثناء إجراء البحث.

ويمكن تعريف المشكلة في البحث العلمي بأنها: (عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم. وتعد مهمة تحديد مشكلة البحث بشكل دقيق أصعب بكثير من إيجاد الحلول لها؛ وذلك لان التحديد الدقيق يعنى وضوحاً في رؤية الباحث والغرض من مشروع البحث الذي ينبغي عليه أن يقوم والنتائج المتوقعة من البحث) [1].

وبعد أن يحس الباحث بالمشكلة ويقتنع بأهمية البحث عنها يقوم بتحديدها وحصرها في هيكل بحثي بناء على ما قراه أو سمعه أو شاهده حولها، وتنبع مشكلة البحث من شعور الباحث بحيرة وغموض تجاه موضوع معيَّن[2]. ومن الضروريِّ التمييز بين مشكلة البحث ومشكلات الحياة العاديَّة، فمشكلةُ البحث هي موضوع الدراسة، وهي كلُّ ما يحتاج إلى حلٍّ وإظهار نتائج، أو هي تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع غامضٍ يحتاج إلى تفسير، وتزول مشكلةُ البحث بتفسيرها أو بإيجاد حلٍّ لها؛ فإذا ما توصَّل الباحث إلى تفسير منطقي للمشكلة فإنه يكون قد حلَّ المشكلة دون أن يكون مطلوباً منه أن يضعَ العلاج للأبعاد السلبيَّة فهذه مشكلةٌ بحثيَّةٌ أخرى، وعموماً فمشكلة الدراسة قد تكون نتيجةً للشعور بعدم الرضا، أو الإحساس بوجود خطأٍ ما، أو الحاجة لأداء شيء جديد، أو تحسين الوضع الحالي في مجالٍ ما، أو توفير أفكار جديدة في حلِّ مشكلة موجودة ومعروفة مسبقاً.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص110.

(2) د. صالح بن حمد العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، شركة العبيكان للطباعة والنشر، 1989، ص18.

تحديد مشكلة البحث

بعد الشعور والإحساس بمشكلة البحث ينتقل الباحثُ خطوةً بتحديدها؛ وتحديد مشكلة البحث بشكل واضح ودقيق يجب أن يتمَّ قبل الانتقال إلى مراحل البحث الأخرى. وهذا أمرٌ مهمٌّ لأنَّ تحديدَ مشكلة البحث هو البداية البحثيَّة الحقيقيَّة، وعليه تترتَّب جودة وأهميَّة واستيفاء البيانات التي سيجمعها الباحثُ ومنها سيتوصَّل إلى نتائج دراسته التي تتأثَّر أهميَّتُها بذلك. وهذا يتطلَّب منه دراسةً واعيةً وافيةً لجميع جوانبها ومن مصادر مختلفة، علماً أن تحديد مشكلة البحث بشكلٍ واضح ودقيق على الرغم من أهميَّة ذلك قد لا يكون ممكناً في بعض الأحيان، فقد يبدأ الباحث دراسته وليس في ذهنه سوى فكرة عامة أو شعورٍ غامضٍ بوجود مشكلةٍ ما تستحق البحث والاستقصاء وبالتالي فإنه لا حرج من إعادة صياغة المشكلة بتقدُّم سير البحث ومرور الزمن، ولكن هذا غالباً ما يكلِّفُ وقتاً وجهداً، وإذا كانت مشكلة البحث مركبة، فعلى الباحث أن يقوم بتحليلها، وردها إلى عدة مشكلات بسيطة تمثِّل كل منها مشكلة فرعية يساهم حلُّها في حل جزء من المشكلة الرئيسة.

وهناك اعتبارات تجب على الباحث مراعاتها عند اختيار مشكلة بحثه وعند تحديدها، وعند صياغتها الصياغة النهائية، منها ما يأتـي:

1- أن تكون مشكلة البحث قابلةً للدراسة والبحث، بمعنى أن تنبثقَ عنها فرضيَّاتٌ قابلة للاختبار علميّاً لمعرفة مدى صحتها.

2- أن تكون مشكلة البحث أصيلة وذات قيمة؛ أي أنها لا تدور حول موضوعٍ تافه لا يستحق الدراسة.

3- أن تكون مشكلة البحث في حدود إمكانات الباحث من حيث الكفاءة والوقت والتكاليف، فبعض المشكلات أكبر من قدرات باحثيها فيضيعون في متاهاتها ويصابون بردة فعل سلبية، ويعيقون باحثين آخرين عن دراستها.

4- أن تنطوي مشكلةُ الدراسة بالطريقة التجريبية على وجود علاقة بين متغيرين وإلا أصبح من غير الممكن صياغة فرضية لها.

5- أن يتأكَّد الباحث بأن مشكلة دراسته لم يسبقه أحد إلى دراستها، وذلك بالاطِّلاع على تقارير البحوث الجارية وعلى الدوريات، وبالاتصال بمراكز البحوث وبالجامعات، وربَّما بالإعلان عن موضوع الدراسة في إحدى الدوريَّات المتخصصة في مجال بحثه إذا كان بحثُـه على مستوى الدكتوراه أو كان مشروعاً بنفس الأهميَّة.

ولما كانت بداية البحث هي الإحساس بالمشكلة، فإن ما سيتيح عملية الإحساس بها يتطلب القيام بخطوات ومهارات علمية، لتحديدها وصياغتها وتقويمها، وتكوين المشكلة في صياغتها النهائية يُعّدُ حجر الزاوية في المسار المستقبلي لجهد الباحث، لان خطوات البحث اللاحقة تقوم عليها في تحديد المنهج العلمي والطرق والأدوات البحثية اللاحقة اللازم استخدامها (الإجراءات العلمية) وطبيعة المعلومات المطلوبة منها، واختيار البحث يعني تحديداً لموضوع البحث ومجالاته. وانتقاء مشكلة البحث أو موضوع البحث عموماً يرتبط بعوامل منها: ذاتية (Personality) وأخرى موضوعية (objective)، فالعوامل الذاتية ترتبط بالباحث وما لديه من خبرات وقدرات وطموح واتجاه فكري وانتماء أيديولوجي، أما العوامل الموضوعية فإنها تمثل الظروف الاجتماعية والفكرية التي تحيط بالباحث، ومدى ما توفرت له شروط ومستلزمات مقترنة بخوض المشكلة ذاتها.

ويمكن عرض مفهوم المشكلة العلمية من خلال بعض الأمثلة فمثلاً: استخدام مستحدثات جديدة لأول مرة مثل انتشار القنوات الفضائية، ويرتبط بذلك الكشف عن أنماط الاستخدام ومستوياته وعلاقاته، وتأثير استخدام هذه المستحدثات على المشاهدين. وكذلك حالات انتشار الصحف الحزبية والمستقلة وتعددها، وما يرتبط بها تطوير اتجاهات القراء والقراءة. وقد يرى الباحث انتشار نظريات أو تعميمات حديثة في مجتمعات أخرى، ولم يثبت بعد إمكانية تطبيقها على المجتمعات المحلية، فيرى الباحث دراستها في إطار المجتمع المحلي وسياقه الثقافي مثل تطبيق نظريات التأثير التي قامت على فرض الغرس الثقافي، أو وضع الأجندة وذلك لمعرفة مدى إمكانية تطبيق هذه النظريات في مجتمعاتنا أو اختبار فروضها؛ من خلال العلاقة بين وسائل الإعلام وسلوك المتلقين، وتأثيرها في

الثقافة المحلية[1].

مما تقدم يمكننا القول أن تحديد المشكلات كان أصعب بكثير من أيجاد الحلول لها، وان هذه الصعوبة مردها أسباب متعددة منها:

1- في ظل ضعف الاهتمام بالبحوث الميدانية في الدراسات الأولية، وضعف تراكم الخبرة البحثية تصبح عمليات الإحساس بالمشكلات وتحديدها أمراً غاية في الصعوبة، إذ إنها تتطلب مراناً وتجربة ليس من السهل على الباحث المبتدئ تجاوزها أو الإلمام بها في فترات معينة.

2- إن تراكم المعرفة العلمية على مستوى الاختصاصات جميعاً بالاتجاهين العمودي (التراكمي) والعرضي، قد جعل من اختيار وتحديد المشكلات يتطلب جهداً متواصلاً واتصالاً تفاعلياً مع القنوات الإعلامية العلمية، كالدوريات وملخصات البحوث، والكتب، والبرامج العلمية والانترنت، وهذا الأمر لم يفطن له العديد من الطلبة والباحثين إلا وقت تحديد المشكلة أو بعدها.

3- لم يوضح مفهوم المشكلة البحثية بشكل وافٍ ودقيق في مراجع البحث العلمي بالشكل الذي يعين الباحث على المران والتجربة، ولا يوجد اتفاق تام وجلي على أولويات المشكلات وشروطها وطريقة تحديدها وعرضها، إذ تداخلت المدارس وتنوعت الآراء الشخصية، وغدت هذه راجعة لتقييمات شخصية، أو دلالية ظرفية.

4- عدم الفهم الواضح والدقيق لأساسيات البحث العلمي بسبب قلة مراجعه، وضعف تدريبه جعل الباحث يتخبط في مفاهيم مصطلحاته وإجراءاته وتقنياته الأساسية، إذ غالباً ما تخضع هذه الأمور للسلطة العلمية (المشرف أو المدرس).

5- غالباً ما تظهر هذه الصعوبة حينما يتجاور معها تدني في المستوين العلمي والثقافي للباحث وضعف نشاطه التفاعلي مع الاختصاص، أو اعتماده على الآخرين في الاختيار والتحديد، بغض النظر عن الشروط العلمية لحسن الاختيار.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص111.

6- التحيز وعدم الفهم الدقيق الذي يصيب الباحث في أحيان كثيرة نتيجة اختياره مشكلات براقة، أو واسعة أو غير صالحة؛ بسبب اعتماده على مسبب واحد في ذلك الاختيار، دون النظر إلى الدواعي الأخرى التي تشكل أنموذجاً علمياً للاختيار.

أسس اختيار مشكلة البحث

يتفق علماء المنهجية على أن مشكلة البحث تعد شرطاً مسبقاً للقيام بالبحث العلمي، وهو الأساس الذي يتم الانطلاق منه[1]. وتعد مشكلة البحث إحدى أصعب خطوات البحث التي تواجه الباحث والتي تنبع من شعور الباحث بحيرة أو غموض تجاه موضوع معين. والمشكلة هي تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع غامض يحتاج إلى تفسير، وإحاطة الباحث بالمشكلة من جميع جوانبها يقود إلى التمكن من صياغة المشكلة وتوافر إمكان بحثها، أي أن تحديد المشكلة مرتبط بمدى فهم الباحث لها، وقدرته على صياغتها بدقة إلى حد ما، وتمكنه من بناء الإطار المنهجي لبحثها ودراستها. ولاشك أن مشكلة البحث هي الركيزة التي تبنى على أساسها هيكلية البحث، ومراحل انجاز البحث في كل متطلباته، وتتجسد مشكلة البحث عندما يدرك الباحث من خلال ملاحظاته أو تجاربه أو اطلاعاته أن شيئاً معيناً ليس صحيحاً، ويحتاج إلى مزيد من الإيضاح والتفسير والتحليل[2]. وبهذا المعنى فإن مشكلة البحث تعني سؤالاً يحتاج إلى توضيح وإجابة، أو موقفاً غامضاً يحتاج إلى تفسير، أو حاجة لم تشبع، أو فروض يحتاج إلى إثبات أو نفي.

وهناك عدد من الأسس التي تمثل المقاييس التي تساعد الباحث في تحديد أحقية وأهمية المشكلة المراد بحثها. ونستطيع أن نحدد أسس اختيار المشكلة عن طريق طرح

(1) د. محمد عبيدات (وآخرون): منهجية البحث العلمي، ط2، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص38.

(2) د. سمير محمد حسين: تحليل المضمون ومناهجه ومحدداته، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1996، ص111.

مجموعة من الاستفسارات التي يجب على الباحث الإجابة عليها وعلى النحو الآتي[1]:

1- هل تستحوذ المشكلة على اهتمام الباحث وتنسجم مع رغبته في هذا النوع من الموضوعات؟

2- هل يستطيع الباحث القيام بالدراسة المقترحة بضوء مشكلاتها المطروحة؟

3- هل تتوفر المعلومات اللازمة عن المشكلة؟

4- هل توجد مساعدات إدارية ووظيفية لبحث المشكلة؟

5- ما هي أهمية مشكلة البحث وفائدتها العلمية والاجتماعية؟

6- هل هي مشكلة جديدة؟ وما هي علاقتها بمشاكل بحثية أخرى؟ وهل قام باحث آخر بمعالجة هذه المشكلة أو مشكلة تقرب منها؟

7- هل هناك إمكانية في تعميم النتائج التي سيحصل عليها الباحث في معالجته للمشكلة على مشاكل أخرى متشابهة في مؤسسات ودوائر مشابهة؟

8- هل للمشكلة علاقة بدائرة أو وحدة إعلامية أو اقتصادية أو سياسية محددة على الصعيد المحلي أو الإقليمي؟

وهناك بعض النقاط والملاحظات التي يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار عند اختبار مشكلة وتحليل المعلومات التي لها علاقة بجوانبها المختلفة التي يمكن أن نوضحها بالاتي[2]:

1- الأسباب والعوامل المتعددة التي أدت (أو تؤدي) إلى حدوث مشكلة وعدم اقتصارها على مجموعة محددة من التفسيرات والمكونات، وعلى هذا الأساس فإنه كلما زادت قابلية الباحث في اكتشاف المزيد من التفسيرات والمكونات التي لها علاقة بالمشكلة وتجلت له النظرة الصحيحة والشمولية الواسعة في استجلاء أسباب المشكلة.

2- جمع المعلومات عن المشكلة تؤدي إلى وضع التفسيرات المختلفة لها سواء كانت تفسيرات حقيقية أو محتملة، وجمع المعلومات يفيد جداً في زيادة التعرف على طبيعة

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، ص52 – 53.

(2) عامر إبراهيم قنديلجي: المصدر السابق، ص52–53.

المشكلة ومكوناتها كما وتوجد لدى الباحث فرصة أفضل في اختيار وتحديد الأسباب الفعلية للمشكلة وذلك على أساس في الدقة والموضوعية، بعيداً عن التسرع والتخمين العشوائي.

3- يؤدي الجهد الواسع والتعمق في جمع المعلومات ووضع التفسيرات المحتملة عن المشكلات إلى إدراك الباحث لمدى التركيب والتعقيد في الظواهر والحالات التي يقوم بدراستها، وذلك بعكس التصورات الأولية عنها.

4- يؤدي التحري والتنقيب الجيد والشامل عن المكونات وتصنيفها إلى إدراك الباحث لأمور جوهرية قد تغيب عن أذهان العديد من الباحثين، وتمثل تلك الأمور بوجود أبعاد وزوايا مختلفة للمشكلة الواحدة يصعب على الباحثين المتخصصين في مجال معين تناولها جميعاً.

مصادر التعرف على مشكلة البحث

على الرغم من أن هناك مصادر كثر وطرق عدة تساعد الباحث في الحصول على مشكلة البحث، إلا أن هناك اتجاهان رئيسيان للتعرف على المشكلات التي تستحق البحث والدراسة وهما:

الاتجاه الأول: وهو القراءة المتعمقة والناقدة لأدبيات المجال العلمي العام والخاص ذات العلاقة بتخصص الباحث أو انتمائه العلمي، وتعدد مصادر هذه الأدبيات ومستوياتها. ولكنها يمكن أن تتمثل إجمالاً فيما يأتي [1]:

1- **المراجع العامة**: التي يبدأ بها الباحث للتعرف على باقي المصادر الخاصة بالمشكلة البحثية مثل الكتب، والمقالات، والملخصات، والموسوعات، والوثائق التي ترتبط بمشكلة البحث.

2- **المصادر الأولية**: التي تبحث مباشرة في موضوع البحث، مثل المجلات العلمية

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص143 – 144.

المتخصصة، ورسائل الماجستير والدكتوراه في التخصص التي تم إجازتها في الجامعات المحلية والخارجية.

3- **المصادر الثانوية**: وتشمل المطبوعات والإصدارات التي تعتمد على تقارير أو موضوعات لم يتم كتابتها بملاحظة وقائعها بشكل شخصي ومباشر، مثل الكتب الدراسية، والكتب السنوية.

أما الاتجاه الثاني: فهو الملاحظة الميدانية للتطبيقات والممارسات التي يمكن أن تعكس أنماط الممارسة المهنية واتجاهاتها وتقويمها (محيط العمل والخبرة العملية)، إذ يستطيع الإنسان من خلال تجاربه العملية وخبرته الفردية في المحيط الذي يعمل فيه، أو المؤسسة التي ينتسب إليها أي شخص عدد من المواقف والحالات التي تعكس مشكلات قابلة للبحث والدراسة، كالموظف الذي يستطيع أن يبحث في مشكلة الأخطاء اللغوية أو الفنية وأثرها على جمهور المستمعين والمشاهدين[1]. ويمكن للباحث أن يتعرف على المشكلات التي تستحق البحث عن طريق دراسة صور العلاقات بين عناصر العملية الإعلامية، والقوى المؤثرة في تخطيط وتنفيذ السياسات والأهداف ومخرجات العملية الإعلامية التي تتمثل في شكل ومحتوى البرامج أو الصفحات واتجاهاتها، وتسجيل نتائج هذه الملاحظة بما يمكن أن تثيره من دراسات أو بحوث تدعم نتائج الملاحظة أو تحاول تحليلها وتقويمها. ويعرض التعرض المستمر للفكر العلمي، وملاحظة الممارسة المهنية والتطبيقية سؤالاً حول: صلاحية إعادة بحث مشكلات علمية سبق دراستها وانتهى الآخرون إلى نتائج وتعميمات خاصة بها. وفي هذا الإطار يجب أن نعي أن المشكلات التي سبق دراستها انتهت إلى نتائج محدودة بحدود الزمان والمكان، وكذلك خصائص مفردات البحث، ومناهج الدراسة وأدواتها؛ بحيث أن إعادة بحث المشكلة في إطار سياق اجتماعي أو مهني، أو في وقت آخر، أو من خلال استخدام أدوات ومناهج مختلفة قد تنتهي إلى نتائج مختلفة عن نتائج الدراسة الأولى.

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص50.

ويعاني طلاب الدراسات العليا كباحثين مبتدئين من التوصل إلى مشكلات بحوثهم، ويلجأ بعضهم إلى الاستعانة بأساتذتهم أو مرشديهم وقد يطرح عليهم بعض أولئك مشكلات تستحق الدراسة، ولكن ذلك يجعلهم أقل حماسة وبالتالي أقل جهداً ومثابرة، مما يجعلهم يحققون نجاحات أدنى من أولئك الذين توصلوا إلى تحديد مشكلاتِ دراساتهم بأنفسهم. ويُنصح الباحثون المبتدئون ويُوَجَّهُون إلى أهم مصادر ومنابع المشكلات البحثية وهي المصادر أو المنابع الآتية:

1- **الخبرة الشخصية**: فالباحث تمر في حياته تجارب عديدة ويكتسب كثيراً من الخبرات، وهذه وتلك تثير عنده تساؤلاتٍ حول بعض الأمور أو الأحداث التي لا يستطيع أن يجد لها تفسيراً؛ وبالتالي فإنه قد يقوم بإجراء دراسة أو بحثٍ لمحاولة الوصول إلى شرحٍ أو تفسيرٍ لتلك الظواهر الغامضة، والخبرة في الميدان التربوي مصدر مهم لاختيار مشكلة بحثية، فالنظرة الناقدة للوسط التربوي بعناصره المتعددة وأشكال التفاعل بين هذه العناصر مصدر غني لكثير من الأسئلة التي تحتاج إلى إجابات مبنيَّة على أساس قوي وموثوق من المعرفة.

2- **القراءة الناقدة التحليلية**: أن القراءة الناقدة لما تحتويه الكتب والدوريات وغيرها من المراجع من أفكار ونظريات قد تثير في ذهن الباحث عدة تساؤلات حول صدق هذه الأفكار، وتلك التساؤلات تدفعه إلى الرغبة في التحقق من تلك الأفكار أو النظريات؛ وبالتالي فإنه قد يقوم بإجراء دراسة أو بحث حول فكرة أو نظرية يشكُّ في صحتها.

3- **الدراسات والبحوث السابقة**: حيث أن البحوثَ والدراساتِ العلمية متشابكة ويكمل بعضها البعض الآخر؛ ومن هنا قد يبدأ أحد الباحثين دراسته من حيث انتهت دراسة لغيره، وكثيراً ما نجد في خواتيم الدراسات إشارات إلى ميادين تستحق الدراسة والبحث ولم يتمكن صاحب الدراسة من القيام بها لضيق الوقت أو لعدم توفّر الإمكانات أو أنها تخرج به عن موضوع دراسته الذي حدَّدَه في فصولها الإجرائية، فلفت النظر إلى ضرورة إجراء دراسات متممة، ومن هنا قد يكون ذلك منبعاً لمشكلات بحثية أخرى لباحثين آخرين.

4- **آراء الخبراء والمختصِّين:** فالباحث يرجع إلى من هو أعلمُ منه في مجاله مستشيراً ومستعيناً بخبرته، فالمشرف على دراسته الذي يكون في بادئ الأمر مرشداً، وأساتذة الجامعات، وغيرهم من الخبراء في ميادينهم ومجالاتهم وبخاصَّة أولئك الذين جرَّبوا البحث ومارسوه في إطار المنهج العلمي وبصروا بخطواته ومراحله ومناهجه وأدواته.

صياغة مشكلة البحث

إن إحاطة الباحث بالمشكلة من جميع جوانبها يقود إلى التمكن من صياغة المشكلة وتوافر إمكانية بحثها، أي أن تحديد المشكلة مرتبط بمدى فهم الباحث لها، وقدرته على صياغتها بدقة إلى حد ما، وتمكنه من بناء الإطار المنهجي لبحثها ودراستها[1]. ويقوم الباحث بصياغة المشكلة صياغة دقيقة محددة، يتمكن من خلالها وضع المشكلة في قالب محدد، يسهل معه التعامل مع المشكلة ودراستها، أن هذا التحديد يساعد الباحث نفسه في المقام الأول على القيام بالخطوات اللازمة لإنجاز البحث بيسر وسهولة. فيما يأتي بعض الطرق لصياغة المشكلة[2]:

1- صياغة لفظية تقديرية.

2- صياغة على هيئة سؤال.

3- صياغة على هيئة فرض.

أمثلة:

- **صياغة لفظية تقديرية، مثل:** الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935-1958.
- **صياغة على هيئة سؤال، مثل:** ما مدى اعتماد النخبة الاكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات؟.

---

(1) خليفة شحاته: مصدر سابق، ص72.

(2) أ.د عبد الرشيد بن عبد العزيز حافظ: أساسيات البحث العلمي، جدة، مطابع جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص7 – 17.

- **صياغة على هيئة فرض، مثل**: دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق.

يمكن ملاحظة أن الصياغة الأولى تهدف إلى الاستطراد والاستكشاف، بينما تهدف الصياغة الثانية إلى الحصول على إجابة محددة، وتهدف الصياغة الثالثة إلى إثبات أو نفي وجود علاقة بين متغيرين.

ومن الأمثلة التي تذكر على مواصفات المشكلة البحثية مثلاً في المجال الإعلامي والتي روعي فيها أن تكون مقتبسة من الواقع العملي والدراسات الفعلية قدر الإمكان والتي يمكن للباحث أن يستخدم أحد الصياغات الثلاث فيها ما يأتي:

1- الصياغة اللفظية

هي الصياغة التي يستخدمها الباحث إذا كان موضوعه من الموضوعات العامة التي تحتاج إلى استكشاف، وجمع معلومات عامة، بمعنى لا توجد في ذهن الباحث أسئلة معينة يبحث عن إجابات لها، فهو يريد التوصل إلى أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المشكلة.

مثال: الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935-1958.[1]

صياغة مشكلة البحث: يلاحظ في هذه الصياغة أنها صياغة عامة تلائم موضوعاً يسعى الباحث من خلال المعلومات التي يقوم بجمعها إلى اكتشاف حقائق تتعلق بصحافة الأحزاب السياسية في العراق المعاصر، للتعرف على واقع الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية خلال العهد الملكي، وهي مدة معاصرة وحافلة بالأحداث وتتفرد بخصائص وسمات متميزة في تاريخ العراق والأمة العربية.

(1) د. سعد سلمان المشهداني: الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935 – 1958، بحث منشور في مجلة كلية الآداب بجامعة بغداد العدد (55) لسنة 2001، ص323 – 359.

2- صياغة على هيئة سؤال

يقوم الباحث بصياغة المشكلة على هيئة سؤال عندما تكون المشكلة واضحة، وهناك سؤال أو أكثر يرغب الباحث في معرفة الإجابة عليها.

مثال: ما مدى اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات؟[1]

صياغة مشكلة البحث: يلاحظ أن هذه الصياغة أكثر تحديداً من الصياغة اللفظية التقديرية، وتتضمن سؤالاً مباشراً يبحث الباحث عن إجابة له، يتوقع أن يحصل الباحث على إجابة محددة. ويهدف هذا البحث إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة الاكاديمية على القنوات الفضائية العراقية خاصة وقت الأزمات من خلال طرح هذا الهدف على شكل السؤال الآتي: ما مدى اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية وقت الأزمات؟ إلى أي مدى استطاعت تلك القنوات من خلال التغطية الإعلامية لحادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين (العراق) يوم الثلاثاء 29/ 3/ 2011 جذب أفراد النخبة الأكاديمية إليه، في ظل وجود قنوات وشبكات محلية وإقليمية ودولية تتسابق على تحقيق تغطية إخبارية لتلك الحوادث.

3- صياغة على هيئة فرض

يقوم الباحث بصياغة المشكلة على هيئة فرض أو مجموعة من الفروض التي تلائم المشكلة التي يكون فيها متغيران أو أكثر يريد الباحث التعرف على العلاقة التي تربطهما، وتحديد شكل تلك العلاقة، وهل هي علاقة طردية أو عكسية.

---

(1) د. سعد سلمان المشهداني: مدى اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات، بحث منشور في كتاب وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، عمان، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، 2013، ص251 – 268.

مثال: دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق[1].

صياغة مشكلة البحث: يفترض الباحث في هذا البحث أن هنالك علاقة بين اعتماد القارئ على الصحيفة المستقلة كإحدى مصادر المعلومات الخاصة بالأداء الحكومي في العراق، وتكوين اتجاهات سلبية لديه عند تقييم هذا الأداء، على أساس أن المعالجة الصحفية داخل الصحف المستقلة المتعلقة بأداء الأجهزة التنفيذية بالدولة تأخذ اتجاه الانحياز المضاد، لا سيما من خلال عنوان الخبر الرئيسي أو مانشيت الصحيفة. وفي إطار هذا الفرض يتحقق البحث من ثلاثة فروض فرعية أخرى تتعلق بتأثير ثلاثة متغيرات أخرى وسيطة تتدخل في تحديد هذه العلاقة وتتمثل هذه الفروض فيما يأتي:

1- تتأثر العلاقة بين قرّاء الصحف المستقلة وتكوين اتجاهات سلبية لدى القارئ حول الأداء الحكومي بدرجة اعتقاده في صحة المعلومات المنشورة داخل هذه الصحف.
2- لا تتأثر العلاقة بين قراء الصحف المستقلة وتكوين الاتجاهات السلبية لدى القارئ حول الأداء الحكومي بدرجة اعتقاده في صحة المعلومات المنشورة داخل هذه الصحف.
3- لا تتأثر العلاقة بين قراء الصحف المستقلة وتكوين اتجاهات لدى القارئ حول الأداء الحكومي بدرجة اعتقاده في توازن المعالجة الصحفية لمسألة الأداء الحكومي داخل هذه الصحف.

اختيار عنوان البحث

يتصدر عنوان البحث أو المشكلة العرض المنهجي العام لمشروع البحث. ويشير العنوان إلى المشكلة العلمية وعناصرها ومتغيراتها، والعلاقات بين هذه العناصر أو المتغيرات ومجالات التطبيق في صياغة موجزة، قد تتفق مع تكوينها مع صياغة تحديد

---

(1) د. سعد سلمان المشهداني: دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق، بحث منشور في كتاب التعددية والوحدة الوطنية – الواقع والطموح، بغداد، بيت الحكمة، 2009، ص249–280.

المشكلة، أو تعتبر اختصاراً لها أيضاً، خصوصاً في الحالات التي يتم فيها صياغة المشكلة في عبارات تقريرية مطولة، أو أسئلة فرعية متعددة[1].

من الأخطاء الشائعة بين كثير من الباحثين، أن يبدأ الباحث بحثه بصياغة عنوان بلا فكرة مسبقة، ويترتب على ذلك أن يجبر نفسه على الإحساس بمشكلته البحثية وتأكيدها، ومن هنا فإن صياغة العنوان صياغة صحيحة تستلزم أن يبدأ الباحث بفكرة معينة، ثم يحدد كل المتغيرات في ضوء هذه الفكرة، ثم يصيغها في صورة معبرة وواضحة، وبذلك يأتي العنوان معبراً عن مضمون الفكرة والمتغيرات المرتبطة بها. ويقوم الباحث عادة باختيار موضوع بحثه بعد اطلاعه على الدراسات السابقة، ومن خلال خبرته الشخصية، فإذا اختار موضوع بحثه بناءً على ذلك، كان العنوان مرشداً وموجهاً لموضوع البحث. وقد يشعر الباحث بعد قراءة بعض الدراسات السابقة، أنه يميل إلى عنوان بعينه أكثر من غيره، أو أنه يحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة، وقد يجذب انتباهه أكثر من عنوان، وفي هذه الحالة يقوم الباحث بعملية اختيار أكثر هذه العناوين مناسبة لمجال بحثه.

ويتميز عنوان المشكلة العلمية بالاتي[2]:

1- الإيجاز: حيث يتم صياغة العنوان في جملة أو عبارة واحدة ، تقدم رؤية شاملة لجوانب البحث وأبعاده.

2- الشمول: وفي نفس الوقت لا يؤثر الإيجاز على ضرورة ذكر عناصر المشكلة أو متغيراتها، والعلاقات بينها ومجال التطبيق.

وهاتان السمتان تفرضان أن يتضمن العنوان ما يأتي:

- عناصر المشكلة التي يقوم بدراستها أو المتغيرات الحاكمة فيها.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص136.

(2) المصدر نفسه، ص 137-139. وكذلك ينظر: د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص204-206.

- العلاقة بين هذه العناصر والمتغيرات التي يهدف الباحث إلى دراستها.
- الإطار البشري للبحث والذي يوضح مجتمع البحث أو مفرداته البشرية.
- الإطار الجغرافي للبحث والذي يوضح ميدان أو مكان التطبيق أو التجريب.
- الإطار الزمني خصوصاً في الدراسات التاريخية.
- الإطار الوثائقي الذي يوضح مجتمع البحث أو مفرداته من الوثائق ففي بحوث الصحافة تعد الصحف وصفحاتها الإطار الوثائقي للدراسة، وفي الراديو والتلفزيون تعد تسجيلات البرامج كذلك.

3- ترتيب بناء العنوان طبقاً للقواعد اللغوية والمنهجية معاً: فلا يجوز تأخير العناصر أو المتغيرات الفاعلة عن غيرها، أو تقديم مجال التطبيق عن بناء العلاقة بين العناصر.

4- تجنب الغموض في بناء العنوان: والأسباب التي تؤدي إلى هذا الغموض مثل الأسباب المرتبطة باللغة كالتقديم والتأخير أو استخدام المبني للمجهول، أو استخدام الكلمات والألفاظ الإنشائية، أو التعقيدات اللفظية أو الكلمات المهجورة على سبيل المثال.

5- تجنب التحيز في بناء العلاقات أو تقرير النتائج بشكل نهائي فيها: حيث أن العنوان يشير إلى منهج العمل والأهداف أكثر منه إشارة إلى النتائج أو التعميمات.

6- مراعاة الجوانب الأخلاقية والضوابط الاجتماعية في اختيار الكلمات أو بناء العبارات.

7- الفصل في بناء العنوان بين ما يشير إلى العلاقات أو يشير إلى الأداء أو المجالات.

8- تخليص العنوان من الإشارات الزائدة التي توضح المعنى أو الأسلوب أو استخدام الأدوات أو العينات: مثل أوصاف دراسة ميدانية أو تحليلية أو مقارنة لان مهارة بناء العنوان تظهر في توضيح هذه الأمور دون الحاجة إلى الإشارة إليها صراحة.

الفصل الثالث

صياغة الفروض ونظام العينات

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- التعريف بالفروض والتساؤلات البحثية
- صياغة الفروض
- العينات في البحوث الإعلامية
- انواع العينات وطرق اختيارها
- مصطلحات ومفاهيم البحث
- توظيف النظريات في البحوث الإعلامية

الفصل الثالث

صياغة الفروض ونظام العينات

التعريف بالفروض والتساؤلات البحثية

الفروض Hypotheses هي توقعات أو تخمينات ذكية يقدمها الباحث ويعتقد أنها تمثل حلولاً للمشكلة، ولا يصوغها الباحث من محض خياله، إنما في ضوء خبراته وقراءاته واطلاعه على الدراسات والتجارب السابقة. كما يمكن استنباط فروض الدراسة من نظريات علمية معينة للتأكد من مدى صحتها وفقاً لمحددات دراسة معينة لتدعيم صحة هذه النظرية أو تفنيدها.

وتعرف الفروض أيضاً بأنها: إجابة مؤقتة عن الأسئلة البحثية التي تطرحها مشكلة الدراسة، وتتم صياغتها في شكل علاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، أو هي توقعات خاصة للباحث يتصورها من خلال المتغيرات الخاصة بمشكلة البحث. ومن الخصائص التي يتميز بها الفرض العلمي أنه يحدد أولاً المتغيرات التي ستتمحور حولها الدراسة، ويشير ثانياً إلى النتائج المتوقع الوصول إليها، وأخيراً هو بمثابة محاولة لتفسير ظاهرة معينة تستدعي اختباراً للتثبت من صدقها. وتوضع الفروض بعد تحديد مشكلة البحث أو الظاهرة المراد دراستها، وبعد الدراسات السابقة والتعليق عليها؛ لأنها في الأساس معتمدة

عليها، وعلى نتائجها، ومستمدة منها وتتم صياغة الفروض بغرض اختبارها، وهي مرشحة للقبول أو الرفض على حدٍّ سواء، ومن ثَم فإنه ليس من الضروري أن تكون جميع الفروض صحيحة وهناك دراسات تتكون من فرض رئيس ودراسات أخرى لها أكثر من فرض، ومن الأفضل أن يستخدم الباحث عدة فروض. وتختلف الإجراءات والتصميم المستخدم والأدوات والمعالجة الإحصائية من فرض إلى فرض، وأحيانًا في الفرض الواحد. ويمكن أن تفسر الفروض - بصورة تقريبية - أنماطًا سلوكية محددة، ترتبط بظاهرة ما، أو حدث ما، أو واقعة أو مشكلة تامة حدثت يتم التفسير عنها، ويتوقع الباحث أنها سوف تحدث في المستقبل.

ويمكن تعريف الفرض العلمي بأنه: تعميم أو حكم أولي عن العلاقة بين المتغيرات الواردة في البحث. والفروض العلمية هي جوهر العملية البحثية كلها، وقد يؤدي اختبار الفروض إلى إثبات صحتها أو العكس أو إثبات صحة جزء منها وإثبات عدم صحة بقيتها، ونتيجة اختبار فرض أو فروض البحث هي نتيجة البحث ذاته[(1)]. وتكمن أهمية الفرضيات في عملية البحث العلمي في الفوائد التي تحققها للباحث والبحث العلمي على حد سواء وأهم هذه الفوائد[(2)]:

1- تحديد مسار عملية البحث العلمي.
2- تساهم في تحديد المناهج والأساليب البحثية الملائمة لموضوع الدراسة.
3- تزيد من قدرة الباحث على فهم المشكلة أو الظاهرة المدروسة من خلال تفسير العلاقات بين المتغيرات والعناصر المختلفة.
4- تساعد في الوصول إلى فرضيات جديدة وقوانين جديدة تعمل جميعها على تراكم المعرفة وتسرع وتيرة البحث.

---

(1) د. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص46.

(2) د. ربحي مصطفى وعثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، مصدر سابق، ص71.

شروط صياغة الفروض:

هناك مجموعة من الشروط والضوابط التي يجب مراعاتها؛ حتى تكون الفروض قائمة على أسس صحيحة، وهي:

1- أن يتوقع الباحث أن تعطي فروضه حلاً فعليّاً للمشكلة التي يدرسها.

2- الوضوح والإيجاز: بمعنى أن تكون العبارات التي تصاغ فيها الفروض واضحة ومختصرة، وموجزة توحي بوجود علاقة بين المتغيرات.

3- القابلية للاختبار بمعنى إلا تكون ذات عمومية بطريقة يستحيل التحقق منها.

4- أن تعرف المصطلحات التي تتضمنها الفروض إجرائيًّا بألفاظ تجعلها قابلة للقياس.

5- أن تكون صياغة الفروض خالية من التناقض، وألا تكون منافية لوقائع علمية مُتفق عليها، وأن تكون متسقة مع نتائج البحوث الأخرى التي سبقتها في مجالها.

6- أن تكون خالية من الأحكام ذات الصلة بالقيم، وألا تتناول العقائد، فالعقائد لا تخضع للتحقق.

ومن المصادر التي تساعد الباحث على وضع الفروض الخبرة المتخصصة للباحث واطلاعه وقراءاته في النظريات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراسته. كذلك فإن الخيال العلمي للباحث، وقدرته على الربط المنطقي بين خياله والواقع، وهذا ما يسمى بالقدرة الإبداعية؛ لأنه ينطلق من ملاحظة وتجربة سابقة، فضلاً عن المصادر البيئية مثل المجتمع والمحيط الذي يعيش فيه الباحث.

ويقسم الباحثون الفروض إلى فروض بحثية وفروض إحصائية. وتُصاغ الفروض البحثية بطريقة إثباتية تقريرية في صورة جمل قصيرة وبسيطة، يعبر من خلالها الباحث عن تفسيره لظاهرة، أو استنتاجه علاقة سببية أو ارتباطية معينة، وتنقسم إلى فروض موجهة أو مباشرة، وفروض غير موجهة أو غير مباشرة، ويقوم تبني الفروض البحثية على أساس دليل أو برهان أو حقائق علمية، يظهر من خلال الإطار النظري والدراسات السابقة للموضوع. أما الفروض الإحصائية، فتصاغ في صورة رياضية لذلك التفسير أو الاستنتاج، يتم اختبارها من خلال الاختبارات الإحصائية المختلفة والفروض الإحصائية عبارة عن

جملة أو عدد من الجمل تعد باستخدام بعض النماذج الإحصائية ذات العلاقة ببعض خصائص مجتمع البحث، والتي تستخدم من أجل تأكيد العلاقات أو السببية أو الارتباط بين المتغيرات، والتي يسهُل اختبارها إحصائيًّا على شكل فرض صفري أو فرض بديل، وبالتالي قبول أو رفض الفرض الإحصائي.

ويعد اختبار الفروض محور البحث، ولكي يختبر الباحث فرضاً، فإن عليه أن يحدد العينة، ثم يحدد ما هي أدوات القياس المستخدمة، والإجراءات التي سوف يستخدمها؛ حتى يتمكن من جمع البيانات الضرورية، وبعد الانتهاء من جمع البيانات يجب عليه تحليل تلك البيانات التي جمعها على نحو يُتيح له أن يحدد صدق ذلك الفرض، باستخدام معالجات إحصائية معينة؛ ليُبرهن على صحة الفرض، أو عدم صحته.

التساؤلات البحثية:

التساؤلات في البحث العلمي هي ترجمة مفصلة لأهداف الدراسة، وأية دراسة لها هدف رئيس ينبثق منه عدة أهداف فرعية، ولكى تتحقق هذه الأهداف فلا بد من ترجمتها إلى تساؤلات أو فروض. ويرى بعض الباحثين أنه طالما أن تساؤلات البحث هي أهدافه، حيث يغطى كل تساؤل هدفاً معيناً، فإنه لا داعي لذكر الأهداف، لكن البعض الآخر يرى أنه لا مشكلة هناك في ذكر التساؤلات والأهداف، حتى ولو كان هناك تكراراً.

والتساؤلات هي أسئلة استفهامية تلي السؤال الرئيس مباشرة، ويضعها الباحث ليشير من خلالها إلى النتائج المتوقعة في البحث على مستوى كل محور من محاور الدراسة عن طريق ربط كل تساؤل بمحور معين، و يكون عددها غير محدد. وتستخدم التساؤلات عادة في مرحلة الماجستير أما في مرحلة الدكتوراه، فلا يكتفي بعمل تساؤلات فحسب، بل يتم في الغالب الأعم اللجوء إلى صياغة الفروض البحثية. وتستهدف التساؤلات الإجابة على عدد من الأسئلة فقط مثل: (من، ماذا، كيف، ولماذا) بغرض وصف الواقع دون أن تتجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات بينها أو اختبار هذه العلاقات ويجب أن تكون التساؤلات محددة وعميقة، ولا تكون الإجابة معلومة عنها مسبقا. ولا بد أن تتسم أيضا بدقة الصياغة ووضوح المعنى، وتترجم ما تتضمنه المشكلة البحثية.

أهداف التساؤلات:

تفيد التساؤلات في تحديد المحاور الأساسية للدراسة، وعدم خروج هذه المحاور عن هذه التساؤلات، كما تفيد أيضا في ربط عملية التحليل بالأهداف المبتغاة من البحث. ويكتفي الباحث بوضع عدد مناسب من التساؤلات لبحثه أو دراسته إذا كانت الدراسة تمثل نقطة انطلاق لأحد المجالات البحثية الجديدة وعدم توفر القدر الكافي من البحوث والدراسات السابقة، أو إذا كانت تتعلق بدراسة إحدى الظواهر الإعلامية الجديدة.

صياغة التساؤلات:

تصاغ التساؤلات في شكل استفهامي يطرح فيه الباحث ما يتوقعه من نتائج على مستوى المحور المقصود. مثال ذلك: ما هي اتجاهات المقال الافتتاحي في مجلتي نرجس ونون النسوية بعد 9/ 4/ 2003؟ وما هي القضايا والموضوعات التي ركز عليها المقال الافتتاحي في المجلتين المذكورتين؟

الفرق بين الفروض و التساؤلات:

تستخدم التساؤلات غالباً في الدراسات الوصفية الاستطلاعية التي تسعى إلى التعرف على خصائص الجمهور من خلال الواقع دون تجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات واختبارها، ويكون هذا غالبا في التخصصات التي لا تحتوي على تراكم معرفي كبير. أما الفروض فتصاغ في الدراسات التجريبية التي تستهدف وصف أو اختبار العلاقات السببية. ويمكن القول بمعنى آخر أن الفروض هي أجوبة افتراضية مبدئية مقترحة ومؤقتة تحتاج إلى إثبات، وهي علاقة بين متغيرات، ويحاول الباحث اختبار مدى صحة وجود هذه العلاقة.أما التساؤلات فهي أسئلة تحتاج إلى إجابة لوصف الواقع، تصاغ في شكل استفهامي، وتضم متغيرا واحدا فقط. ويتوقف الخيار بين صياغة الفروض العلمية وطرح التساؤلات على عدد من الاعتبارات هي:

1- طبيعة المشكلة أو الظاهرة البحثية وأهدافها.
2- تعدد المتغيرات الحاكمة في المشكلة أو الظاهرة البحثية.

3- وفرة البيانات والحقائق وكفاية الإطار النظري.

أمثلة للتساؤلات:

في دراسة بعنوان: (استخدامات المرأة العربية للمسلسلات التركية والإشباعات المتحققة) كانت التساؤلات على النحو الآتي:

- ما أسباب مشاهدة عينة الدراسة للمسلسلات التركية؟
- ما أكثر القنوات التليفزيونية التي تشاهد فيها؟
- ما أكثر أنواع المسلسلات التركية التي تفضل عينة الدراسة مشاهداتها؟
- ما مدى موافقة عينة الدراسة على مشاهدة أبنائها للمسلسلات التركية؟
- مع من تفضل عينة الدراسة مشاهدة المسلسلات التركية؟
- ما مدى استفادة عينة الدراسة من مشاهدة المسلسلات التركية؟
- ما مثالب مشاهدة المسلسلات التركية على المراهقين والمراهقات؟

صياغة الفروض

يشكل الفرض الجوهر الأساس الذي يعطي البحث قيمته العلمية ، وقد يعد الفرض أساس البحث ، والفروض هي: (تعاميم مبدئية تظل صحتها أو صدقها موضع اختبار، وفي ضوء النتائج وتحليل المضمون يعتمد على الفروض التي تظهر في ضوء قضايا هامة في واقع مشكلة البحث)[1].

وتأتي خطوة صياغة الفروض بعد وضع العنوان، وتحديد مشكلة البحث، كخطوة ثالثة من خطوات إعداد البحث العلمي، إذ يتم وضع الفروض بناءً على مشكلة البحث المراد إيجاد الحلول لها. هل هي فرضية واحدة رئيسة وشاملة لموضوع البحث أم عدة فرضيات، وتعبر الفروض عادة عن المسببات والأبعاد التي أدت إلى المشكلة.

---

(1) د. هاشم السامرائي: المدخل في تحليل المضمون، مجلة بحوث، بغداد: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، العدد (28)، 1989، ص 8.

ويعمد الباحث إلى بناء فروض قابلة للقياس تتناسب مع منطق البحث والغرض منه، أي (رسم سلوك المتغيرات بصورة مفردة وكلية في ضوء منطق المشكلة ونتائج الدراسات السابقة لان الفرض هو: عبارة أو قضية تحمل تفسيراً مبدئياً أو حلاً مقترحاً لمشكلة أو موضوع أو حدث أو ظاهرة) [(1)].

وبناءً على تقدم يمكن القول أن الفروض هي النتائج المسبقة التي يأخذ بها الباحث أو يتوقعها بهدف الوصول بإجراءات البحث لإثبات منطقها لتصبح نظرية ثم قانوناً أو في سبيل ادحاضها، وهي توضح العلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع. ومثال ذلك بحث صورة إسرائيل في صحيفة الأهرام المصرية أبان انتفاضة الأقصى في فلسطين عن طريق تحليل مضمون المقال الافتتاحي في الأهرام للمدتين من (1 نيسان 2000 لغاية 28 أيلول 2000). **وتمكنت الباحثة من تحقيق أهداف البحث عن طريق اختبار الفروض الآتية**[(2)]:

- **الفرض الأول**: هناك علاقة ارتباطية بين صورة السياسة الإسرائيلية وفهم تطورات التسوية السلمية على المسارات العربية بعامة، وعلى المسار الفلسطيني بخاصة كما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض الثاني**: ارتباط صورة إسرائيل بقضية الممارسات التعسفية ضد العرب بعامة والفلسطينيين بخاصة كما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض الثالث**: توجد علاقة ارتباطية بين صورة إسرائيل وعلاقاتها الإقليمية والدولية وقراراتها على صعيد المنطقة، وعلى الصعيد الدولي كما تظهر في صحيفة الأهرام.

---

(1) د. حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي، بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004، ص 45-46.

(2) زينة عبد الستار مجيد الصفار: صورة اسرائيل في صحيفة الاهرام المصرية إبان انتفاضة الاقصى في فلسطين، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2004، ص254 – 255.

- **الفرض الرابع**: ارتباط صورة السياسة الإسرائيلية في المدة الثانية بعد انتفاضة الأقصى بتجميد عملية السلام على المسارات غير الفلسطينية أو إغلاق الملفات على المسار السوري واللبناني كما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض الخامس**: توجد علاقة ارتباطية بين عامل الانتفاضة وبين تحويل الصورة الإسرائيلية إلى صورة أكثر قتامة وسلبية وعدوانية كما تظهرها صحيفة الأهرام.
- **الفرض السادس**: هناك علاقة ارتباطية بين صورة إسرائيل ودور القوى والتكتلات داخل إسرائيل وحقيقة الأوضاع الداخلية الإسرائيلية التي ترسم إستراتيجيتها على مسار الصراع أو السـلام مع العرب وكما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض السابع**: استطاعت صحيفة الأهرام عبر خطابها الإعلامي أن تقدم الصورة الحقيقية العدوانية لإسرائيل ضد العرب والحلول السلمية.

ومثال صياغة الفروض في بحث آخر يذكر البحث المتعلق الإعلانات عبر شبكة الانترنت أساليبها ودورها في تنمية السلوك الشرائي لدى الشباب العراقي **نجد أن الباحث في هذه الأطروحة قد ركز على اختبار الفروض الآتية في تحقيق أهداف البحث وهي**(1):

- **الفرض الأول**: يختلف دور الأساليب المستخدمة في الإعلانات المبثوثة عبر شبكة الانترنت في جذب انتباه المستخدم باختلاف الأسلوب الإعلاني المستخدم.
- **الفرض الثاني**: يختلف الأسلوب الإعلاني ألأكثر جذباً للانتباه باختلاف طبيعة السلعة المعلن عنها.
- **الفرض الثالث**: إن تعرض الشباب العراقي لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق الانترنت له دوراً يساهم في اختصار مراحل سلوكهم الشرائي.

---

(1) فاضل عباس خليل: الإعلانات عبر شبكة الانترنت أساليبها ودورها في تنميَّة السلوك الشرائي لدى الشباب العراقي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2006، ص27.

وتنبثق عن هذا الفرض الفروض الفرعية الآتية:

1- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت واكتشاف الحاجة للمنتج.
2- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت وجمع المعلومات.
3- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت وتقييم البدائل.
4- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت واتخاذ قرار الشراء.
5- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت وشعور ما بعد الشراء.

مكونات الفرضية :

تشتمل الفروض على متغيرين أساسيين هما: المتغير المستقل والمتغير التابع، فالمتغير التابع هو المتأثر بالمتغير المستقل.فعلى سبيل المثال يتأثر التحصيل الدراسي في المدرسة الثانوية بشكل كبير بالتدريس الخصوصي خارج المدرسة. ففي هذا المثال يمكن اعتبار المتغير المستقل (التدريس الخصوصي). والمتغير التابع (التحصيل الدراسي) المتأثر بالتدريس الخصوصي.

سمات و شروط صياغة الفروض:

1- معقولية الفرضية وانسجامها مع الحقائق العلمية وأن لا تكون خيالية أو متناقضة معها.
2- صياغة الفرضية بشكل دقيق ومحدود قابل للاختبار وللتحقق من صحتها.
3- قدرة الفرضية على تفسير الظاهرة وتقديم حل المشكلة.
4- أن تتسم الفرضية بالإيجاز والوضوح في الصياغة والبساطة والابتعاد عن العمومية أو التعقيدات واستخدام ألفاظ سهلة حتى يسهل فهمها.

5- أن تكون بعيده عن احتمالات التمييز الشخصي للباحث.
6- قد تكون هناك فرضية واحدة رئيسة للبحث أو قد تمد الباحث على مبدأ الفروض المتعددة (عدد محدود) على أن تكون غير متناقضة أو مكملة لبعضها البعض.
7- أن تكون للفرضيات الموضوعة علاقة بمشكلة البحث بحيث يحمل إجابة محتملة لمعالجة مشكلة البحث حيث يدور الفرض حول مشكلة البحث وليس غيرها.

ومن مصادر صياغة الفروض نجد ما يأتي:

1- الحدس والتخمين: أن الحدس ظاهرة طبيعية تحدث أو حدثت مع كل منا، فالفروض القائمة على الحدس يصعب ربطهما بإطار عام يشملها، فالفكرة التي يتوصل إليها الباحث عن طريق الحدس قد تكون هي الحل الصحيح للمشكلة البحث، أو تساعد في التوصل إلى إدراك العلاقات بين الأشياء وفهمها.
2- الملاحظة والتجارب الشخصية: بحيث يعتمد الباحث على ملاحظاته الشخصية وتجاربه وخبراته في وضع فرضيات محددة.
3- الاستنباط من نظريات علمية: يطلع الباحث على النظريات العلمية في هذا المجال ويدرس أجزاءها وبناءً على ذلك يضع فرضياته.
4- المنطق:قد تبنى الفرضية على أساس المنطق وحكم العقل الذي يبررها، وتتم صياغة الفرضية بما يتفق مع المنطق.

وعند صياغة الفروض يمكن أن يكون للبحث فرضية واحدة رئيسة، أو عدة فرضيات ويشترط فيها أن تغطي كل الجوانب التي يعنيها البحث. ويمكن أن تصاغ النظرية بالإثبات أو النفي ولا تكون لنفس الموضوع بالنفي والإثبات. ولا يستحسن أن تكون الفرضية طويلة أو معقدة بحيث يصعب التعرف على متغيري الفرضية (المتغير المستقل والمتغير التابع).

وعلى الباحث عند صياغة الفروض التأكد من تأثير المتغير المستقل على التابع.وتعد المعرفة والخبرة الجيدة في صياغة الفرضية من المتطلبات الأساسية لصياغة الفرضية، إذ لا

مجال للتفسير العشوائي أو الاعتباطي. وبعد التأكد من صحة الفرضية قد تتحول فيما بعد إلى حقيقة ونظرية.

العينات في البحوث الإعلامية

العينات Samples:

العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.

المفردة Item:

هي الوحدة في هذه العينة والتي قد تكون الطالب أو الطالبة من بين الطلاب، أو اليوم في الأسبوع الدراسي، أو الفرد من جمهور المشاهدين للبرامج التعليمية، أو مستخدمي أجهزة الكومبيوتر. ويختار الباحث المفردة من إطار العينة ويشكل مجموع هذه المفردات حجم العينة الذي يتم تحديده عادة بنسبة من مجتمع البحث، وكلما زاد عدد مفردات العينة وارتفعت نسبة هذا العدد (حجم العينة) كلما كانت أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث[1].

ويتوقف تحديد حجم العينة على عدد من الاعتبارات التي تؤثر في هذا القرار، من هذه الاعتبارات ما يأتي [2]:

1- قدر التجانس بين مفردات المجتمع في الخصائص أو السمات، فكلما زادت درجة التجانس بين مفردات المجتمع أمكن اختيار عدد أقل من المفردات لبناء العينة.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص278.

(2) المصدر نفسه: ص278 – 279.

2- التوزيع الجغرافي للمفردات وهو ما يعكس تشتتها وانتشارها، وذلك انه كلما زاد انتشار المفردات أو كانت موزعة على مناطق جغرافية متباعدة كلما تطلب الأمر زيادة حجم العينة.

3- كفاية المعلومات التي يوفرها إطار العينة لاختيار المفردات، فكلما كان إطار العينة شاملاً كاملاً يلبي حاجة البحث، يمكن اختيار عينة أقل حجماً بينما يجب زيادة الحجم في حالة غياب بعض المعلومات أو البيانات أو عدم استخدام أطر للعينة تلبي حاجات الأخيار وشروطه.

4- عدد الفئات التي سوف يتم دراستها والتغيرات التي يتم وصف المجتمع من خلالها. واختيار العينة من فئة واحدة هي فئة الطلاب تقل في حجمها عن عينة أخرى يتم توزيع الطلبة والطالبات على أساسها مثل التخصصات الأكاديمية، أو الفرق الدراسية.

أنواع العينـات وطرق اختيارها:

يتفق الخبراء على تقسيم العينات إلى أنواع رئيسة تبعاً لتدخل الباحث في اختيار الطريقة والمفردات وخضوعها بالتالي لقوانين الاحتمالات، أو عدم خضوعها لهذه القوانين، حيث تتأثر في الحالة الأخيرة بتدخل العامل الشخصي في الاختيار. ولذلك نجد هناك تصنيفاً للعينات على أساس أنها احتمالية أو عشوائية حيث لا يتدخل الباحث في اختيارها، ولكنها تختار بطريقة عشوائية. أو أنها غير احتمالية أو عمدية حيث يسمح بتدخل العامل الشخصي في الاختيار. وباستعادة طرق اختيار العينات تطبيقياً نجد أن الباحث يقدم وصفاً للعينة المختارة من خلال العنصرين معاً. فالباحث عادة يختار العينة الطبقية على سبيل المثال، ثم يختار المفردات بعد ذلك من بين الفئات بالطريقة العشوائية أو المنتظمة. لان تمثيل العينة لخصائص المجتمع تفرض عليه اختياراً من بين الأنواع ثم يفرض اختيار الحجم اختياراً مكملاً للأول. ولذلك نعرض أنواع العينات التي توفر الشكل المناسب الذي يحقق تمثيل العينة لخصائص المجتمع وكما يأتي:

العينة الطبقية Stratified Sample:

وتعد من أكثر الطرق شيوعاً في الدراسات التربوية وبصفة خاصة الطلاب في المؤسسات التعليمية حيث توفر هذه الطريقة التمثيل النسبي لخصائص المجتمع التي تعتبر مطلباً في الدراسة. وتمثيل العينة للمجتمع يفرض على الباحث الوقوف على نسبة تمثيل هذه الفئات في مجتمع البحث، لتحديد عدد المفردات من كل فئة في العينة بنفس النسبة. فإذا كانت نسبة الذكور إلى الإناث في المجتمع تعادل 55٪: 45٪ وكانت العينة قوامها 1000 مفردة فإن الباحث يجب أن يحدد عدد الذكور في العينة 550 مفردة والإناث 450 مفردة.

العينة الحصصية Quota samples:

نظراً لأنه قد تكون هناك صعوبة في الحصول على التمثيل النسبي للطبقات أو الفئات في مجتمع البحث، لعدم كفاية أطر البيانات أو تقادمها، أو غياب المصادر الأصلية لها أساساً أو زيادة الوقت والجهد في الحصول على البيانات الخاصة بالفئات. في هذه الحالة يلجأ الباحث إلى تحديد عدد المفردات لكل فئة في العينة بناء على تقديراته وأحكامه الذاتية أو بناءً على خبرات سابقة. وفي هذه الحالة يحدد الباحث المتغيرات والفئات التي يدرسها ثم يختار عدداً من المفردات يمثل كل فئة في العينة دون الحاجة لنسبة تمثيلها في المجتمع بحيث تكون حصة كل فئة هي الرقم الذي حدده الباحث. فإذا لم يكن لديه إحصاءات لنسب تمثيل الفئات في المجتمع فإنه قد يختار أن يوزع العينة بالتساوي بين الذكور والإناث 500 ذكور / 500 إناث وقد يرى نسبة أخرى (حصة) لفئات تخصص المعلمين مثلا: معلمي العلوم 50٪ ومعلمي الآداب 25٪ المعلم النوعي 25٪ ويقسم نسبة منها بين الإناث والذكور بنسبة 50٪. وعلى الرغم من وجود الفئات داخل بناء العينة إلا أن غياب مستوى تمثيلها، يجعل العينة غير ممثلة وبالتالي يصعب التعميم من خلال نتائج دراستها. ولذلك لا ينصح باستخدامها إلا في حالات صعوبة اختيار بديل آخر مثل العينة الطبقية أو مبرر قوي لاختيارها. ولكن في جميع الأحوال يظل الحذر من التعميم من أهم عيوب هذا النوع.

عينة التجمعات Clusters Sample:

يعتبر التمثيل الجغرافي ضرورة في كثير من البحوث لأغراض المقارنة مثل دراسة استخدام الطلاب لوسائل الإعلام بين أقاليم مختلفة أو ثقافات متباينة، ومن خلال التقسيم الطبقي أيضاً داخل الأقاليم أو المدن أو المحافظات. ويشكل اختيار العينة في هذه الحالة صعوبة في تحديدها من بين كل المدن أو القرى التي تنتمي للإقليم أو المحافظة. على أساس عدد من المفردات في كل مدينة أو كل قرية فيها. ولذلك يكتفي الباحث باختيار تجمع واحد داخل الإقليم أو المحافظة يمثلها ويختار من هذا التجمع مفردات العينة التي سوف يتعامل معها الباحث؛ ولذلك تسمى أيضاً العينة المساحية حيث يتم تقسيم المجتمع إلى مساحات أو أقاليم أو مناطق أو قطاعات جغرافية، ثم يختار من كل منها تجمعاً يختار من بينه مفردات العينة[1]. ونظراً لهذا التدريج في الاختيار (محافظة/ قضاء/ ناحية/ قرية/ مفردات) فإنه يطلق عليها العينة العنقودية.

العينة العمدية purposive sample :

يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث. مثل دراسة آراء واتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين أو معدي البرامج التعليمية أو البرامج التعليمية في القنوات الفضائية أو نظام التعليم عن بعد في جامعة القاهرة[2].

العينات العشوائية البسيطة Simple random sample :

يتم اختيار المفردات عشوائياً من بين قوائم إطار أو أطر العينة. وبذلك تعطى لجميع المفردات فرصاً متساوية في الاختيار. هذا النوع من العينات يعني تكافؤ الفرص لجميع عناصر المجتمع لتكون أحد مفردات العينة، ويتم اختيارها أما باستخدام القرعة، أو

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص288.

(2) المصدر نفسه، ص289.

جداول الأرقام العشوائية، ويتطلب استخدام هذه الطريقة ضرورة حصر ومعرفة كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة، وبذلك تكون فرصة الظهور لكل عنصر معروفة ومحددة مسبقاً. ويصعب تطبيق هذه الطريقة في المجتمعات الدراسية المتناثرة أو المتباعدة أو الكبيرة من حيث العدد، وهي أفضل أنواع العينات أن أمكن تطبيقها[1].

العينة المنتظمة Systematic Sample:

يحاول الباحث في هذا النوع من العينات تجنب خطأ الصدفة، أو خطأ العشوائية الذي يترتب عليه زيادة احتمالات التحيز، أو الميل نحو اختيار كم أكبر من خصائص، أو سمات معينة. فقد يميل الاختيار في معظمه إلى ربع القائمة الأول أو الأخير وهو ما يعكس سمات معينة للمجتمع على سبيل المثال. ولذلك يتم استخدام العينة المنتظمة لضمان ثبات توزيع الاختيار على إطار العينة كله من البداية إلى النهاية. فإذا كان مجموع مفردات مجتمع البحث 100.000 مفردة ومجموع مفردات عينة البحث 500 مفردة فيحسب مجال العينة بقسمة مفردات المجتمع على مجموع مفردات العينة.

$$\text{مجال العينة} = \frac{100.000}{500} = 200 \text{ مفردة}$$

وهذا يعني اختيار مفردة من بين كل 200 مفردة على التوالي، فالمفردة الأولى يتم اختيارها من الـ 200 الثانية وهكذا حتى الـ 200 رقم 500. فإذا اختار الباحث المفردة رقم 2 من المجال الأول، فالمفردة الثانية ستكون رقم 202 والثالثة 402 والرابعة 602......... والأخيرة 99.802 [2].

(1) المصدر نفسه، ص290 – 291.

(2) المصدر نفسه، ص292.

العينة العشوائية المنتظمة العينات العشوائية البسيطة

Systematic Random Sample

يتجنب الباحث في هذا النوع التحيز الناتج عن الاختيار العمدي للمفردة الأولى، ولذلك يختار المفردة الأولى بشكل عشوائي من بين مجال الاختيار الأول، ثم تترك مسافة الاختيار بما يعادل المجال بين كل مفردة والتي يليها. فإذا كان مجال الاختيار في المثال السابق هو 200 مفردة فنختار مفردة من بين الـ 200 مفردة الأولى بشكل عشوائي. ويختار الرقم التالي بما يعادل رقم المفردة الأولى مضافاً إليه مسافة الاختيار التي تعادل مجال اختيار العينة. فإذا اختيرت المفردة الأولى بشكل عشوائي وكانت رقم 115 فالمفردة الثانية ستكون رقم 315 والثالثة 515.... وهكذا وتكون المفردة الأخيرة رقم 99.915[2].

مثال: يريد عميد كلية الآداب أن يعرف رأي طلبة قسم الإعلام في مستوى تدريس أحد أساتذة القسم. فإذا كان عدد طلبة القسم 1000 طالب، وحجم العينة المطلوبة يساوي 200 طالب. وللحصول على العينة بسرعة، يختار من كل 1000 مقسوماً على 200 ويساوي 50 طالب.

$$\text{مجال العينة} = \frac{1000}{200} = 50 \text{ مفردة}$$

فمن أول خمسين طالباً في قوائم الطلبة، يختار طالباً عشوائياً، وليكن رقم 39. وعليه فإن العينة هي أرقام الأشخاص الموجودين في قوائم الطلبة: 39 ، 89 ، 139 ، ... ، 9989.

ومن أهم أنواع العينات التي تستخدم في البحوث والدراسات الإعلامية ما يأتي[1]:

1- العينة الطبقية Stratified Sample.

2- العينة الحصصية Quota Sample.

---

(2) المصدر نفسه، ص293.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 128 ـ 149.

3- عينة التجمعات Clusters Sample

4- العينة العمدية Purposive Sample.

5- العينة المتكاثرة أو المتضاعفة Snowball Sample.

6- العينة العشوائية البسيطة Simple Random Sample.

7- العينة العشوائية المنتظمة Systematic Random Sample.

8- العينة المنتظمة Systematic Sample.

9- العينة متعددة الأبعاد Dimensional Sample.

10- العينة المتعددة المراحل Multi Stage Sample.

مصطلحات ومفاهيم البحث

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات أمراً ضرورياً لأي بحث أو دراسة، إذ أن من واجب الباحث عند صياغته للمشكلة تحديد المفاهيم التي سيستخدمها، وكلما كان تحديد المفاهيم دقيقا، سهل على القراء الذين يتابعون البحث إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها، من دون أن يختلفوا في فهم ما يقول[1].

ولا بد أن يحدد الباحث المعاني والمفاهيم التي تتناسب أو تتفق مع أهداف بحثه وإجراءاته، وتعريف المصطلحات يساعد الباحث في وضع إطار مرجعي يستخدمه في التعامل مع مشكلة بحثه، وتنبغي منه الإشارة إلى مصادر تعريفات مصطلحات بحثه إذا استعارها من باحثين آخرين، أو أن يحدد تعريفات خاصة به، هذا إضافة إلى ما سيستخدمه البحث من مصطلحات أخرى على الباحث أن يوضح مفهومه لها في المبحث النظريِ من بحثـه. ويمكن أن تكونَ مؤقتاً في مواضع استخدامها لتساعده على تقدم بحثه لتنقل لاحقاً إلى مكانها الذي يعتاده الباحثون في صدر البحث. ولعل من الواجب على

(1) عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط3، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1971، ص173.

الباحث الالتزام به هو تحديد معنى كل مفهوم يستخدمه في بحثه إلى جانب قيامه بتعريف المصطلحات العلمية التي يستعين بها في تحليلاته، لأنَّ مثل هذا وذاك خدمة له ولقرائه، إذ يتمكَن بذلك من التعبير عما يريد قوله بطريقة واضحة وسليمة بحيث لا ينشأ بعدها جدل حول ما يعنيه بهذه المفاهيم أو يقصده من تلك المصطلحات الفنيَّة والعلمية وكثيراً ما يكون أساس الجدل والاختلاف في الرأي نتيجة لعدم وضوح الباحث فيما يرمي إليه من مفاهيم وتعابير، مما قد يترتب عليه فهمٌ خاطئ لهذا الباحث، والمفهوم هو الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الإنسان للتعبير عن الأفكار والمعاني المختلفة بغية توصيلها للناس، والمصطلحات هي أدوات تحصر المفاهيم وتقلِّصها وتحددها.

المفهوم:

يمثل المفهوم باعتباره مجموع المفردات اللغوية الأساسية، ظاهرة معينة أو شيئاً معيناً أو إحدى الخصائص للشيء المذكور ومعناه، أي المفهوم يتحدد بقدر إشارته إلى الظاهرة التي يمثلها. وعليه يمكن القول أن كل موضوع علمي له مفهومه الذي يتميز به. ويكتسب بعده الحقيقي حين يتعامل معه بصفته موضوعة لفكرة معينة توجه الفهم، وتتعلق بطبيعة شيء معين أو علاقاته بالأشياء الأخرى. وغالباً ما تمكننا هذه العلاقة من تصنيف الظواهر بواسطة الملاحظة والوقائع الميدانية، وهي ضرورية لعملية التعميم[1].

ويعرف المفهوم بأنه اصطلاح يعبر عن فكرة مجردة وتركيب منطقي يتم التوصل إليه من خلال الملاحظة المنظمة والخبرات المتراكمة، ويتسم في أغلب الأحوال بأنه مقبول ومتفق عليه من قبل عدد كبير من العلماء والباحثين. وتبرز أهمية المفهوم وتحديده بدقة في البحوث كونه يمثل أحد متطلبات المنهج العلمي وأحد شروطه الموضوعية ويقوم بإرشاد الباحث إلى أنواع الحقائق التي يقوم بتجميعها وتحليلها[2].

---

(1) صلاح قنصوه: الموضوعية في العلوم الاجتماعية، ط 2، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، 1984، ص79.

(2) د. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص43.

وتكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها، ويتفقون عليها في البيئة الواحدة. وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة، بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور، وكذلك يتم استدعاء هذه الرموز بمجرد ذكر المعاني والصور التي تعبر عنها. ونظراً لاختلاف هذه الرموز ودلالاتها باختلاف العلوم، حيث أصبح لكل علم أو مجال علمي رموزه المتميزة، فإنه يتم التعبير عن الرمز ودلالاته أو معناه في المجال العلمي الواحد بالمفهوم Concept؛ ولهذا يقال دائماً أن لكل علم مفاهيمه الخاصة[1]. لذلك يعامل المفهوم وسيلة رمزية يستخدمها الباحث للتعبير عن الأفكار والوقائع بهدف توصيلها إلى الناس. ولا يكتسب المفهوم معناه إلا بالقدر الذي يقدم فيه الظاهرة التي يمثلها.

ولكي يتمكن الباحث من بناء خطوات بحثه يقتضي منه أن يعرف الأشياء التي يدرسها ويتعامل معها تلك التي تشكل معياراً لمنهجية الباحث واتجاهات بحثه. ولا يكتسب التعريف موضوعيته، إلا إذا عبر عن مضمون الظواهر الفعلية، وليس الأفكار والتصورات الذهنية والعشوائية التي يتم استلالها من مصادر متباينة ومتناقضة.

إن المفهوم كلمة أو مجموعة كلمات تعبر عن فكرة عامة تتعلق بطبيعة شيء معين أو علاقاته بالأشياء الأخرى، وغالباً ما تمدنا هذه الفكرة بمقولة لتصنيف الظواهر، وهي تعتبر ضرورية لعملية التعميم. ولهذا فإن استخدام عدد من المفاهيم والمصطلحات السائدة في العلوم المعنية بالبحث، أو المفاهيم المستخدمة في البحث هو لغرض بيان الهدف المقصود من الاستخدام المذكور وخاصة في الإعلام الذي أصبح علماً قائماً بذاته، له مبادئه ومجالاته ومنهجه التي تحدد تصوراته العلمية. والتحكم في هذه المصطلحات يجب أن يمر عبر مفاهيم دقيقة. فعندما نقول أن الأطفال في المرحلة المبكرة يتميزون بكثافة مشاهدة التلفزيون، فإن استخدام مفهوم كثافة المشاهدة في بحوث التعرض إلى التلفزيون يشير إلى الجلوس أمام التلفزيون لفترات طويلة مقارنة بالكثافة المتوسطة أو المحدودة. ويعدُّ

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 25.

غموض المفاهيم أو عدم الاتفاق على تعريفات محددة لها، من أبرز المشكلات التي تؤثر أيضاً في أساليب دراسة الظواهر العلمية ومعالجتها وتطوير البحث العلمي في المجالات العلمية المختلفة. ولذلك يعتبر التعريف أمراً ضرورياً وملازماً للمفهوم حيث يتم من خلاله الاتفاق على المحددات الخاصة بكل مفهوم لتأكيد الاتفاق حول التعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم [1].

ويعمد الباحث إلى تثبيت المفاهيم في البحث، لضمان غرضين أساسيين الأول: تثبيت المفاهيم النظرية الخاصة بالبحث، تلك التي يأخذ بها الباحث دون غيرها كي يتجنب الاعتراضات التي تأتي من الباحثين الذين يحملون وجهات نظر تختلف مع منطق البحث واتجاهاته، أي تجنب الباحث التساؤلات التي يمكن أن تثار حول البحث والمفاهيم التي يعتمدها وكي يتجنب الباحث، فضلاً عن ذلك تكرار المفهوم المعني أينما اقتضت الضرورة. والغرض الثاني تثبيت المفاهيم الإجرائية تلك التي تبين الإجراءات والمقاييس التي يعتمدها الباحث[2].

ويقسم الخبراء التعريف إلى نوعين رئيسيين:

1- **التعريف الاصطلاحي**: أي تعريف المفهوم من خلال بناءات لفظية تشير إلى المعنى كما يراه الباحث. ويتعرض هذا النوع إلى نقد شديد في الاستخدام نظراً لندرة الاتفاق على الرؤى الخاصة بالمفكرين أو الباحثين للمفاهيم أو المصطلحات.

2- **التعريف الإجرائي**: ويقصد به التعريف الذي يحدد المفهوم من خلال سلسلة من الإجراءات أو التعليمات أو العمليات التي تشرح وجود المفهوم من خلال سلسلة القياس أو المعايرة. وبصفة خاصة عندما يتعامل الباحث مع هذا المفهوم خلال البحوث

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 26.

(2) أ.م.د حميد جاعد محسن: من هو الإعلامي – الصحفي؟، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي (بغداد)، العدد (6 –7) حزيران – أيلول 2009، ص 33 – 35.

التجريبية أو التطبيقية، أو خلال ملاحظته لحركة هذا المفهوم وعلاقاته واتجاهاته[1].

وفي العلوم الاجتماعية والإنسانية، يمكن تعريف الإجرائية بأنها:عملية تعريف مفهوم غامض بحيث يصبح المفهوم النظري قابلاً للتمييز أو القياس بوضوح وفهمه من منطلق الملاحظات التجريبية. وبمعنى أشمل، فإنها تشير إلى عملية تحديد امتداد المفهوم -لتصف ما يمثل جزءً منه وما ليس كذلك. وكثيراً ما تعني الإجرائية وضع تعريفات إجرائية وتعريفات نظرية.

توظيف النظريات في البحوث الإعلامية

تزخر أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية، بالعديد من المؤلفات والمراجع العلمية عن النظريات ونشأتها وتطورها وأنواعها. ويقسم الباحثون النظريات الإعلامية إلى الأنواع الآتية:

1- النظريات المتعلقة بالجمهور:

يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية. ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية أو اجتماعية. ومن هذه النظريات ما يأتي:

أ – **نظرية الاستخدامات والإشباعات**: تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط. ومثال ذلك البحث الذي يدرس (دوافع التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتماماته) [2]،

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 27 – 28.

(2) د. سعد سلمان المشهداني: التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتماماته، بحث منشور في مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية المجلد (14) العدد (5) جمادى الأولى 1428 هـ أيار 2007، ص 348-380.

حيث تنطلق هذه الدراسة من مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يهتم بتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ودوافع ذلك التعرض، والإشباعات التي تحققها من وجهة نظرهم وأنماط هذا التعرض.

ب- **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام**: تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف. ومثال ذلك البحث الذي يدرس (مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات - دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011) [1]، حيث يعتمد هذا البحث على نموذج اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.

ج- **نظرية الاستقبال**: اهتمت العديد من الدراسات والنظريات بتأثيرات وسائل الإعلام على الفرد ومستويات هذا التأثير ، وانتهت إلى وصف جمهور وسائل الإعلام بأنه إيجابي ونشط في مواجهة محتوى وسائل الإعلام. وتعد نظرية الاستقبال أحد النظريات التي تناولت تفسير عملية استقبال المتلقي للمعلومات عبر وسائل الإعلام، ويقوم الفرض الرئيس للنظرية على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقـف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في استقبال المعلومات، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات

---

(1) د. سعد سلمان المشهداني: مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات - دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011، بحث منشور في كتاب وسائل الإعلام - أدوات تعبير وتغيير، عمان، منشورات جامعة البترا، 2013، ص251-268.

المتلقي واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة [1]. مثال ذلك البحث الذي يدرس (العوامل المؤثرة في استقبال الصحف الجامعية - دراسة تحليلية وميدانية).

2- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:

تصنف بعض النظريات على أنها مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، ومن هذه النظريات ما يأتي:

أ - **نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد:** تعتمد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مباشراً، وسريعاً في الجمهور، وأن الاستجابة لهذه الرسائل مثل رصاصة البندقية تؤثر بعد انطلاقها مباشرة.

ب- **نظرية الغرس الثقافي:** تفترض هذه النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام في إدراك العالم المحيط به، وتزيد معارفهم، خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام.

ج- **نظرية ترتيب الأولويات:** تصنف هذه النظرية على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى؛ فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيره.

3- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور:

وهو على ثلاثة أنواع:

أ - **التأثير المباشر (قصير المدى):** يرى هذا النوع من النظريات، التأثير المباشر لوسائل الإعلام في الجمهور. ومن هذه النظريات نظرية الرصاصة الإعلامية. مثال ذلك

---

(1) د. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، 1997، ص199-200.

البحث الذي يحمل عنوان: (تأثير استخدام الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي) [1].

ب- **نظريات التأثير التراكمي (طويل المدى)**: يرى هذا النوع من النظريات أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية. ومن أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت القائمة على فرضية: أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية، يقلل من أفراد الرأي المعارض.

ج- **نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام**: يرى المنظرون لهذا التصنيف أن وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور، وأنه ينبغي مراعاة جميع الظروف والعناصر المتصلة بالاتصال. ومن هذه النظريات، نظرية ترتيب الأولويات.

---

(1) أمين سعيد عبد الغني: تأثير استخدام الإنترنت على القيم و الاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي، بحث منشور، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الرابع، مايو 2003، ص 1219-1267.

الفصل الرابع

أدوات جمع المعلومات
في البحوث الإعلامية

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- طريقة الاستقصاء أو الاستبيان
- طريقة المقابلات العلمية وكيفية إجرائها
- طريقة الملاحظة
- طريقة تحليل المضمون
- اختبارات الصدق والثبات

الفصل الرابع

أدوات جمع المعلومات
في البحوث الإعلامية

أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية

تستخدم في البحوث الإعلامية الكثير من الوسائل، ومن أكثرها شيوعاً، هي: الاستقصاء أو الاستبيان، والمقابلة والملاحظة الميدانية، واختبارات الثبات والصدق. ويتم اختيار هذه الأدوات وبناءها على ضوء أسس علمية؛ للوصول إلى البيانات المطلوبة، وبالتالي تحقيق أهداف البحوث الإعلامية. ويمكن أن تستخدم هذه الأدوات منفردة أو مجتمعة، وذلك تبعاً لطبيعة البحث، وأهدافه، وتوجهات الباحث، والإمكانات المتاحة. وهذه الأدوات هي:

أولا: الاستقصاء أو الاستبيان

الاستقصاء أو الاستبيان من أكثر أدوات البحوث الإعلامية شيوعاً مقارنة بالأدوات الأخرى؛ وذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين أن الاستبيان لا تتطلب منهم إلا جهداً يسيراً في تصميمها وتحكميها وتوزيعها وجمعها؛ ولإمكانية استخدامه في جمع المعلومات

عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد. والاستقصاء هو: أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء، أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات[1].

والاستقصاء هو: عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين، بعد استيفاء هذه البيانات فيها، ويعتبر مقنناً لأن تنظيم إجراءاته وأدواته يتم بطريقة منظمة، توفر كثيراً من الوقت والجهود والنفقات المبذولة فيه، وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل التطبيق[2].

كما يعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات جمع المعلومات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح فإنه يعتبر أيضاً أكثر ملاءمة لدراسة الأعداد الكبيرة من التلاميذ والطلاب والمدرسين. كما يعني: مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المجيب بالإجابة عنها، وهي أداة أكثر استخداماً في الحصول على البيانات من المبحوثين مباشرة ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم. والاستقصاء أو الاستبيان أيضاً: استمارة يصممها الباحث على ضوء الكتابات ذات الصلة بالمشكلة التي يراد بحثها، أو يحصل عليها جاهزة، ويعدلها على ضوء أسس علمية، تتضمن بيانات أولية عن المبحوثين وفقرات عن أهداف البحث، وهي عبارة عن (أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية والتي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث) [3]. وتستخدم استمارة الاستبيان عادة عندما يكون جمهور البحث جمهور كبير يتميز بضخامة العدد والتشتت بالشكل الذي يحد من إمكانية

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 517.

(2) المصدر نفسه، ص518.

(3) أحمد سليمان عودة. فتحي حسن مكاوي: أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية – عناصره ومناهجه والتحليل الإحصائي لبياناته، عمان، مكتب المنار، 1987، ص 57.

استخدام أساليب أخرى مثل المقابلة والملاحظة لهذا العدد الضخم بينما يمكن للاستقصاء أن يغطي عدد كبير منهم (عن طريق اخذ عينة مختارة) في أماكن جغرافية متباعدة.

ويحتاج الاستبيان مهارة شديدة في صياغة الأسئلة التي تستهدف معرفة الآراء والأفكار والاتجاهات التي يصعب الوصول إليها دون التواصل المباشر بين الباحث والمبحوث. ومن الضروري أن يبين الباحث في الاستمارة التعريف بنفسه أولاً وبالجهة التي تكفل البحث أو تدعمه وتحديد الهدف من الاستقصاء والإشارة إلى سرية الأسماء وكذلك سرية البيانات. وان تتضمن الاستمارة حث المبحوث على التعاون.

تصميم الاستبيان:

يقصد بتصميم الاستبيان إعداد الشكل الأولي أو المظهري للاستبانة. إذ تتألف استمارة الاستبيان في صورتها الأولية من صفحات تتضمن البيانات الأولية، وفقرات أو أسئلة الاستبيان، والتي تدور حول أهداف البحث. ويتطلب تصميم الاستبيان، مراعاة القواعد الآتية:

أ - تحديد الهدف من استخدام الاستبيان: وهو في العادة يدور حول أهداف البحث أو أسئلة البحث.

ب- اشتقاق فقرات أو أسئلة فرعية ذات صلة بأهداف أو أسئلة البحث: وذلك بعد مراجعة شاملة للكتابات ذات العلاقة بمشكلة البحث.

ج- مراعاة الإرشادات اللازمة عند صياغة فقرات أو أسئلة الاستبيان: مثل سهولة الفقرات أو الأسئلة بحيث لا تحتمل أكثر من معنى، ويمكن فهمها بوضوح، والبدء بالفقرات أو الأسئلة السهلة ثم الصعبة، وتجنب الأسئلة التي توحي بالإجابة، وتجنب الأسئلة المحرجة أو المستفزة، والتحديد الواعي لفقرات أو أسئلة الاستبيان؛ لئلا يشعر المجيب بالضجر منها.

د- تجريب الاستبيان في صورته الأولية: وذلك بعرضه على مجموعتين الأولى، وتكون من أفراد المجتمع الأصلي للدراسة؛ للتأكد من وضوح فقراته أو أسئلته وكفايته،

والثانية، وتكون من المتخصصين في مجال المشكلة سواء من الأكاديميين أو الممارسين، وبالتالي عمل التعديلات اللازمة على ضوء ملاحظاتهم التي يقترحها أفراد المجموعتين.

هـ- التأكد من صدق الاستبيان وثباته: وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المعروفة في هذا الشأن.

أنواع الاستبيان:

الاستبانة أربعة أنواع هي: الاستبانة المغلقة، والاستبانة المفتوحة، والاستبانة المغلقة والمفتوحة، والاستبانة المصورة. وبمقدور الباحث أن يكتفي بنوع واحد، أو يجتمع في الاستبيان أكثر من نوع. ويتوقف تحديد نوع الاستبيان على طبيعة المبحوثين. وفيما يأتي عرضاً لهذه الأنواع:

أ- الاستبانة المغلقة (أو المقيدة):

وهذا النوع من الاستبانات يطلب من المبحوث اختيار الإجابة المناسبة من بين الإجابات المعطاة. ويتسم الاستبيان المغلق بسهولة الإجابة عن فقراته، ويساعد على الاحتفاظ بذهن المبحوث مرتبطاً بالموضوع، وسهولة تبويب الإجابات وتحليلها. ويعاب عليه، أنه لا يعط معلومات كافية، وغموض موقف المبحوث، إذ لا يجد الباحث من بين الإجابات ما يعبر عن تردد المبحوث أو وضوح اتجاهاته.

ب- الاستبانة المفتوحة (أو الحرة):

وهذا النوع من الاستبانات يترك للمبحوث فرصة التعبير بحرية تامة عن دوافعه واتجاهاته. ويتسم الاستبيان المفتوح بأنه يتيح للمبحوث حرية التعبير دون قيد. ويعاب عليه أن بعض المبحوثين قد يحذفون عن غير قصد معلومات هامة. وأنه لا يصلح إلا لذوي التأهيل العلمي، وأنه يتطلب وقتاً للإجابة عن فقرات أو أسئلة الاستبيان، وصعوبة تحليل إجابات المبحوثين.

ج. الاستبانة المصورة :

وهذا النوع يقدم رسوماً أو صوراً بدلاً من الفقرات أو الأسئلة المكتوبة؛ ليختار المبحوثون من بينها الإجابات المناسبة. ويتسم الاستبيان المصور بمناسبته لبعض المبحوثين، من مثل: الأطفال، أو الراشدين محدودي القدرة على القراءة والكتابة، ومقدرة الرسوم أو الصور في جذب انتباه وإثارة اهتمام المبحوثين أكثر من الكلمات المكتوبة، وجمع بيانات أو الكشف عن اتجاهات لا يمكن الحصول عليها إلا بهذه الطريقة.

ويعاب على الاستبيان المصور، بأنه يقتصر استخدامه على المواقف التي تتضمن خصائص بصرية يمكن تمييزها وفهمها، ويحتاج إلى تقنين أكثر من أي نوع آخر، وخاصة إذا كانت الرسوم أو الصور لكائنات بشرية.

د. الاستبانة المغلقة المفتوحة:

ويعد هذا النوع من أفضل أنواع الاستبيان حيث يترك للمبحوث فرصة اختيار الإجابة المناسبة من بين الإجابات المعطاة. وفي نفس الوقت يتيح هذا النوع للمبحوث التعبير عن إجاباته ورأيه بشكل مفتوح. ويتسم هذا النوع بتوافر مزايا الاستبيان المغلق والاستبيان المفتوح.

ضوابط كتابة أسئلة الاستبيان [(1)]:

1- تجنب الصياغة التي تؤثر على المبحوث وذلك حتى لا يرفض الإجابة أو يتعمد إجابة خاطئة.

2- عند صياغة كل سؤال من أسئلة الاستبانة لابد قبل أن يبدأ الباحث بكتابة السؤال الذي يليه ـ أن تكون لديه القدرة على إجابة سؤال (لماذا سألت هذا السؤال؟) وذلك لان كل سؤال في الاستبانة يجب أن لا يُسأل إلا إذا تعذر الحصول على تلك المعلومة بطريقة أخرى. تجنب الأسئلة التي يكون بمقدورنا الحصول عليها بطريقة أخرى،

---

(1) د. صالح بن حمد العساف: مصدر سابق، ص351 – 353.

فلا يصح السؤال عن سبب الحالة الاجتماعية إذا كان أعزب أو مطلق لان ذلك يمكن أن يزعج المبحوث فيمتنع عن إجابة أسئلة الاستبيان الأخرى.

3- الوضوح والدقة والتحديد في صياغة السؤال بتجنب الكلمات التي قد لا يتفق على مدلولها الباحث والمجيب مثل (غالباً، كثيراً.....الخ) فما هو غالب أو كثير بالنسبة للباحث قد يراه المجيب نادراً أو قليلاً.

4- كلما كان السؤال قصير، كلما كان أدعى للإجابة عليه، فالمجيب عندما ينظر لسؤال يتكون من عدة أسطر قد يحجم عن إجابته لأن السؤال الطويل يوحي بأن الإجابة عليه ستكون طويلة مما يقل من دافعية المبحوث للإجابة عليه إلا إذا كانت طبيعة هدف السؤال تتطلب ذلك شرط أن لا يكون كل الاستبيان بهذا النمط.

5- تجنب صياغة الأسئلة بالنفي لأنها غالباً تفهم على النقيض، وكذلك قد يبدو للمجيب عليها أن الباحث يميل لإجابة دون غيرها.

6- تجنب الأسئلة التي تجيب على فكرتين مثل هل ترى أن الصحافة الالكترونية وصحافة الانترنت تعملان على زيادة معرفة المتصفح للأخبار اليومية؟

7- تجنب الأسئلة القابل للتأويل مثل هل قراءة الصحف كل يوم ضرورية؟

8- إلا تحتاج الأسئلة إلى عمق في التفكير لأن المبحوث قد لا يستطيع الإجابة عليها مما يقل من دافعة لاستكمال الإجابة على الاستبيان.

ويعد كل سؤال في استمارة الاستبيان هو هدف من أهداف البحث يريد الباحث عن طريقه معرفة هدف معين، فعلى سبيل المثال عندما يسأل المبحوث عن أي الوسائل الإعلامية أقرب إلى اهتماماته الصحافة أم التلفزيون أم الإذاعة أم جميعها فإن ذلك يعني أن الباحث يريد أن يعرف اهتمامات الجمهور بوسائل الإعلام وأي وسيلة إعلامية هي الأقرب إلى اهتماماته. وعندما يسال الباحث عن أسماء الصحف التي يفضل قراءتها المبحوث فإن ذلك يعني أن الباحث يريد معرفة مرتبة وأسماء الصحف التي يفضل قراءتها الجمهور. وعندما يسال الباحث عن دوافع اختيار وتفضيل صحف محلية بعينها دون غيرها، فإن ذلك يعني انه يريد معرفة أن المتعرضين لوسائل الإعلام من أفراد عينة البحث

يفضلون قراءة الصحف المحلية بدافع محتوياتها شاملة، أو بدافع تغطيتها للأحداث بحيادية ودقة، أو بدافع تعامل الصحافة المحلية باهتمام مع هموم المواطن العراقي. وعندما يسال الباحث أي المواضيع تستهويك في الصحيفة؟ فإن ذلك يعني أن الهدف هو معرفة نوع الموضوعات التي يفضل قراءتها الجمهور في الصحيفة الأخبار المحلية الموضوعات الرياضية المقالات والتحليلات السياسية الثقافة والأدب التسلية والطرائف الموضوعات الفنية... الخ.

خطوات تصميم استمارة الاستقصاء

هناك عدد من الخطوات الضرورية التي يتطلب من الباحث تنفيذها في تصميمه وكتابته لاستمارة الاستقصاء وهي[1]:

1- **تحديد الأهداف المطلوبة من عمل الاستبيان**: على الباحث أن يلتفت إلى مشكلة البحث وموضوعه بشكل دقيق ليستطيع أن يحدد أهدافه من تصميم الاستبيان وكتابته، وماهية المعلومات المراد جمعها من الأفراد والجهات المعنية بالاستبيان.

2- **تحديد نوع الاستمارة ونوع الأسئلة المطلوبة**: وذلك من خلال ترجمة وتحويل الأهداف إلى مجموعة من الأسئلة والاستفسارات.

3- **إعداد الاستمارة في صورتها الأولية** واختبار أسئلة الاستقصاء على مجموعة محددة من الأفراد: ففي ضوء الملاحظات يستطيع الباحث تعديل أسئلة الاستقصاء بالشكل الذي يعطي مردودات جيدة.

4- **تصميم وكتابة استمارة الاستقصاء بشكلها النهائي**: وهنا يقوم الباحث بإعادة كتابة فقرات استمارة الاستقصاء بشكلها النهائي لتكون جاهزة للاستنساخ بالأعداد المطلوبة منه.

5- **توزيع استمارة الاستقصاء على المبحوثين**: والتأكيد على إجابة أسئلة الاستبيان كاملة وإعادة الاستمارة إلى الباحث.

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص130.

6- تجميع نسخ استمارة الاستقصاء الموزعة وتفريغ بياناتها: والتأكد من وصول نسبة جيدة منها، إذ لابد من جمع 75٪ فأكثر من عدد الإجابات المطلوبة بضوء حجم العينة لتكون مناسبة لتحليل معلوماتها والخروج بالاستنتاجات المناسبة منها.

ولعل من الضروري تفصيل وشرح الخطوات المذكورة آنفاً وكما يأتي:

أولا: تحديد الأهداف المطلوبة من عمل الاستبيان:

إذ يتم تقسيم الأسئلة التي تضمنها استمارة الاستقصاء طبقاً لنوعية البيانات المستهدفة إلى الأنواع الآتية:

أ - **أسئلة تستهدف التعرف على الحقائق**: وهي الأسئلة التي تستهدف التعرف على سمات الفرد وخبراته مثل السن والنوع والتعليم والمهنة والحالة الزوجية والدخل والظروف البيئية والاجتماعية وغيرها من السمات التي تميز الأفراد.

ب- **أسئلة تستهدف التعرف على الآراء والاتجاهات والمعتقدات والمشاعر**: وتظهر الصعوبة في هذه الأسئلة في إمكانية تحديد أوزان أو معايير ثابتة لتحديد الاتجاه أو الرأي.

ج- **أسئلة تستهدف التعرف على السلوك في الماضي والحاضر**: وهي الأسئلة التي يدور محتواها حول التعرف على دور الفرد وسلوكه في موقف من المواقف وترتبط بالتساؤلات الخاصة بالتفضيل والاهتمام والاستخدام والآراء والانجاز بحيث تعبر عن النشاط الاتصالي للفرد في العملية الإعلامية.

ثانيا: تحديد نوع الاستمارة ونوع الأسئلة المطلوبة:

هناك نوعان من استمارات الاستقصاء حسب نوع البيانات ومحتوى الأسئلة وهما:

أ - **الاستقصاء المقنن**: وهو الذي يتضمن الأسئلة التي تستهدف التعرف على الحقائق أو السلوك المحدد عن طريق مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقاً ذات البدائل المحددة في استجابات المبحوثين التي يمكن الوصول إليها من خلال البيانات المتوفرة عن موضوع البحث.

ب- **الاستقصاء غير المقنن**: وهي الذي يعطي حرية أكثر للمبحوثين في الإجابة على

الأسئلة التي يتضمنها الاستقصاء بالطريقة والألفاظ اللغوية التي تناسبهم بدلاً من إجبارهم على الاختيار. وهذا النوع من الاستقصاء يستهدف التعرف على الآراء والاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي يصعب الكشف عنها من خلال الاستقصاء المقنن.

كذلك يؤثر نوع البيانات ونوع الاستقصاء في نوع الأسئلة المقترحة التي يمكن تمييزها بالأنواع الثلاثة الآتية [1]:

1- الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات الحرة.

2- الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات المحددة (التي يقوم الباحث بترميزها دون علم المبحوث).

3- الأسئلة المغلقة (التي يختار منها المبحوث ما يتفق مع ما يرمي إليه).

ثالثا: إعداد الاستمارة في صورتها الأولية واختبار أسئلة الاستقصاء:

أي محاولة الباحث إعطاء مسودة الاستقصاء إلى عدد من الأفراد المحدودين من عينة البحث أو الأفراد الذين يستطيع الوصول إليهم، وان يطلب منهم قراءة الأسئلة الموجودة فيها وإعطاء رأيهم بشأن نوعيتها من حيث الفهم والاستبيان والدلالة، وكميتها من حيث كفايتها لجمع المعلومات المطلوبة عن موضوع البحث ومشكلته. وبضوء الملاحظات التي يحصل عليها فإنه يستطيع تعديل أسئلة استمارة الاستقصاء بالشكل الذي يعطي مردودات جيدة لان الباحث قد يعتقد بأنه ألمَّ بكل جوانب موضوع البحث، وإنه وجه أسئلة مفهومة لديه، ثم يكتشف انه أهمل هذا الجانب أو ذاك من موضوع البحث، أو أنه لم يفلح في توضيح ما يريده في أسئلته.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص536-540.

رابعا: تصميم وكتابة استمارة الاستقصاء بشكلها النهائي:

هنا يقوم الباحث بإعادة كتابة فقرات استمارة الاستبيان وطباعتها وتدقيقها وإخراجها بالصيغة النهائية لتكون جاهزة للاستنساخ بالأعداد المطلوبة منه. ويجب أن تكون إحدى الأهداف الرئيسة التي يسعى الباحث إلى تحقيقها في عملية الاستقصاء تحقيق التواصل بين الباحث والمبحوث وتوفير الكثير من الجهد والوقت في اختبار صدق الاستمارة. وهناك العديد من القواعد التي يجب أن يراعيها الباحث في صياغة أسئلة الاستقصاء التي تساعد على تجاوز الغموض في الأسئلة ومن هذه القواعد ما يأتي[1]:

أ – ضع الأسئلة في أوضح عبارات ممكنة.

ب– اختر الكلمات التي لها معان دقيقة وتجنب وضع كلمات لا وظيفة لها وليست ضرورية.

ج– ضع كل التحفظات الضرورية لتزويد المبحوث بأساس معقول يقوم بموجبه باختيار بديل من بين البدائل.

د– تجنب التحديد أو التقييد غير الضروري سواء في الأسئلة أو الأجوبة إذ يجب تجنب الأسئلة المزدوجة والأسئلة الإيحائية والألفاظ المتحيزة التي توحي للمبحوث باستجابة معينة.

هـ– ضع الأجوبة والبدائل المقترحة بأبسط صياغة ممكنة إذ يعدُّ غموض السؤال عاملاً من عوامل عدم فهم السؤال.

و– تأكد من أن الأسئلة تبدو للمبحوث بأنها منسجمة مع مشكلة البحث. وان يتجنب الباحث أيضاً الأسئلة التي تستهدف معلومات تفصيلية قد لا يتمكن المبحوث من تذكرها أو استعادتها.

ز– تجنب وضع أسئلة تتطلب إبداء الرأي ما لم يكن رأي المبحوث قيد البحث وموضوع الدراسة.

---

(1) د. فوزي غرايبه (وآخرون): أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2، عمان، الجامعة الأردنية – كلية الاقتصاد والتجارة، 1981، ص58.

ح- تجنب وضع أسئلة تحتمل أكثر من بديل صحيح حين تطلب من المبحوث اختيار بديل واحد فقط. كذلك تجنب وضع أسئلة طويلة لان طول السؤال قد يؤدي إلى عدم فهمه.

خامسا: توزيع استمارة الاستقصاء على المبحوثين:

حيث يقوم الباحث باختيار أفضل وسيلة لتوزيع استمارة الاستقصاء وتتضمن طريقة التوزيع وصول الاستمارة بشكل سليم وسريع. كذلك على الباحث وضع آلية لضمان إعادة استمارة الاستقصاء إليه بعد استكمال ملؤها من قبل المبحوثين.

سادسا: تجميع نسخ استمارة الاستقصاء الموزعة وتفريغ بياناتها:

بعد أن يكمل جمع استمارات الاستقصاء المعبأة، يجب على الباحث أن يتفحصها فقد يكون البعض قد أجاب عليها بطريقة خاطئة. ثم يبدأ الباحث بترتيب المعلومات حسب جداول أعدها مسبقاً لاستخراج المعلومات وتفريغ البيانات من استمارات الاستقصاء. وعلى الباحث استبعاد الاستمارات التي تركها بعض المبحوثين ناقصة ولم يكملوها وان يفسر التناقضات الواضحة التي يمكن أن تظهر في عدد من الاستمارات. وتبقى مرحلة تفسير نتائج الاستقصاء والوصول إلى استنتاجات بشأن مشكلة البحث من أهم المراحل التي يجب على الباحث فيها استخدام طرق موضوعية وأساليب إحصائية سليمة عند تحليل وتفسير البيانات.

مثال تطبيقي لنموذج استمارة استبيان



استبيان

عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام العراقية واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها – دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت عام 2015.

تحية طيبة:

يهدف هذا الاستبيان إلى الحصول على بيانات نتمكن من خلالها معرفة رأيك بوسائل الإعلام العراقية وكيف هي العلاقة التي تربطك بها وهو لا يحمل أغراضاً سياسية.. بل هو محاولة لبلورة تصوراتكم والاستفادة منها بما يؤدي في تطوير الإعلام العراقي ورفع مستوى أدائه.. نأمل تعاونكم بما يؤدي إلى الحصول على معلومات دقيقة.. ويود الباحث أن يتقدم بالشكر والامتنان لجهدكم ووقتكم الثمين للإجابة على فقرات الاستبيان ونبين لكم ما يأتي:

1- يرجى عدم ذكر الاسم.
2- ضع علامة (✓) أمام الجواب الذي تراه مناسباً ولاختيار واحد.
3- هناك بعض الفقرات تحتاج إلى أكثر من اختيار.
4- لا تترك أي سؤال دون إجابة لطفاً.

مع جزيل الشكر ووافر الاحترام.

الباحث

أولا: المعلومات العامة:

1- الجنس: ذكر ❑ أنثى ❑

2- أي الوسائل الإعلامية أقرب إلى اهتمامك؟

الصحافة❑ التلفزيون ❑ الإذاعة ❑ جميعها ❑

ثانيا: المعلومات الخاصة بالصحافة

1- هل تفضل قراءة الصحف: المحلية العربية

2- أي الصحف المحلية تفضل:

أ - الدستور ❑، الشباب ❑، الصباح ❑، البلاغ ❑، الكوثر ❑

ب- المزمار ❑، الزمان ❑، العراق ❑ ، الفرات ❑ ، البيان ❑

ج- الفيحاء ❑ ، المدى ❑، الصدى ❑ ، الزمان الرياضي ❑

3- لماذا تفضل هذه الصحف بعينها؟

تغطي الأحداث بحيادية ودقة ❑ محتوياتها شاملة ❑

تتعامل مع هموم المواطن باهتمام ❑

4- كم مرة تقرأ صحيفتك المفضلة في الأسبوع؟

مرة أو مرتين أسبوعياً ❑ ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً ❑ يومياً ❑

5- أي المواضيع تستهويك في الصحيفة؟

الأخبار المحلية ❑ المقالات والتحليلات السياسية ❑ التحقيقات المحلية ❑

التسلية والطرائف ❑ الثقافة والأدب ❑ الفنية ❑

التاريخية ❑ المواضيع الرياضية ❑ الأخبار العالمية ❑

الاقتصادية ❑ كل ما تتضمنه الصحيفة ❑ الكاريكاتير ❑

ملاحظة: يمكنك اختيار أكثر من إجابة للسؤال أعلاه

6- من وجهة نظرك..هل تعاملت الصحافة العراقية عموماً مع هموم المواطن باهتمام؟

نعم ❑ كلا ❑ أحياناً ❑

7- هل غطت الصحف العراقية التي تسنى لك قراءتها الأحداث السياسية بحيادية ودقة؟

نعم ❑ أحياناً ❑ كلا ❑ بعض الصحف ❑

8- هل جاملت الصحافة الحكومة في بعض سياساتها؟

نعم ❑ أحياناً ❑ بعض الصحف ❑ كلا ❑

9- لماذا برأيك يعود السبب؟ للإجابات (نعم، أحياناً، بعض الصحف)

تمويلها حكومي❑ تبحث عن تمويل ❑ تتبع أحزاب تشترك في الحكومة ❑

10- هل تعتقد بوجود صحافة مستقلة في العراق؟

نعم ❑ كلا ❑ موجود نسبياً ❑

11- أي الصحف تعتقد باستقلاليتها؟

1- 2- 3/ (من مجموع نعم ونسبياً)

12- كيف تقيم المهنية والحرفية في الصحافة العراقية برؤيتك الخاصة؟

جيد ❑ متوسط ❑ مقبول ❑ ضعيف ❑

13- تقييمك لمستوى الإخراج الفني فيها؟

جيد ❑ مقبول ❑ ضعيف ❑

14- متى تقرأ صحيفتك المفضلة؟

صباحاً ❑ ظهراً ❑ مســـاءاً ❑ حسب وقت الفراغ ❑

15- أين تقرأها؟

في المنزل ❑ في السيارة ❑ في العمل ❑ في النادي أو المقهى ❑

16- أي الصفحات تبدأ بقراءتها أولاً؟

الأولى❑ الأخــيرة ❑ الرياضية ❑ الثقافيــــــــــة ❑

صفحات الأخبار المحلية ❑ صفحات الأخبار الطريفة والمسليــة ❑

صفحات التحليلات السياسية ❑

17- ماذا تفعل بالجريدة بعد القراءة؟

أتركها في المكتب ❑ احتفظ بها كأرشيف خاص ❑

نستخدمها العائلة لتنظيف الزجاج ❑ لا أكترث لهذا الأمر ❑

18- من أي مصدر تحصل على الصحيفة؟

اشتراك ❑ من الكشك❑ من البائع المتجول ❑

ثالثا: المعلومات الخاصة بالتلفزيون

1- أي القنوات التلفزيونية تفضل؟

المحلية العربية الأجنبية

2- أي القنوات العراقية تفضل؟

أ - الشرقية ❑ ، العراقية ❑، الديار ❑، البغدادية ❑، السومرية ❑، الحـرة ❑

ب- الفرات ❑، المشرق ❑، الحرية ❑، العـراق ❑، النهريـن ❑، الأنوار ❑

ج- الفيحاء ❑، الغديـر ❑، بغـداد ❑.

3- أي المواضيع تفضل مشاهدتها (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)؟

الأخبار المحليـة ❑ التقارير والبرامج السياسيـة ❑

البرامج الرياضيـة ❑ التقارير والبرامج التاريخيـة ❑

برامج المنوعات والترفيه❑ البرامج الفنيـة والأغاني الثقافية ❑

الثقافيـة ❑ برامج العلـوم والاختراعات ❑

الأخبار العالميـة ❑

4- أ / كيف ترى مستوى الإخراج والتقنيات الفنية في المحطات العراقية؟

جيد جداً ❑ جيد ❑ متوسط ❑ ضعيف ❑

4- ب/ من هي القنوات ذات المستويات الجيدة جداً والجيدة؟

قناة الشرقية	
قناة العراقية	
قناة السومرية	
قناة البغدادية	
قناة الفرات	
قناة الديار	
قناة كردستان	

قناة بغداد	
قناة الحرية	
قناة النهرين	
قناة آشور	
قناة الفيحاء	
قناة المشرق	
قناة الزوراء	
قناة الأنوار	

5- أ / هل غطت المحطات التلفزيونية العراقية الأحداث السياسية بصدق ودقة؟

نعم ❑ بعض المحطات❑ كلا ❑

5- ب/ أي المحطات حققت ذلك؟

أ - السومرية ❑، العراقية ❑، الحرية ❑، البغدادية ❑، الفرات ❑، الديار ❑

ب- بغداد ❑، المشرق ❑، الفيحاء ❑، الشرقية ❑، الأنوار ❑، آشور ❑

ج- النهرين ❑،

6- أ/ هل تعتقد بأن بعض المحطات المحلية تجامل سياسات الحكومة؟

نعم ❑ بعض المحطات ❑ كلا ❑

6- ب/ بالنسبة لاختيار (نعم) أو (بعض المحطات) ما هو السبب برأيك؟

تمويلها حكومي ❑ تبحث عن تمويل❑ تتبع أحزاب تشترك في الحكومة ❑

7- 7/ هل تعاملت محطات التلفزيون العراقية مع هموم المواطن باهتمام؟

نعم ❑ كلا ❑ بعض القنوات❑

8- 8/ أي القنوات حققت ذلك؟

أ - الديار ❑، السومرية ❑، العراقية ❑، الفرات ❑، الشرقية ❑، الفيحاء ❑

ب- البغدادية ❑، الحرية ❑، بغداد ❑، آشور ❑،

ج- المشرق ❑.

9- كيف ترى مستوى المذيعين ومقدمي البرامج في القنوات المحلية؟

جيد ❑ متوسط ❑ ضعيف ❑ يتطور ❑

10- على من تعتمد في متابعة أخبار الوضع العراقي؟

القنوات المحلية ❑ القنوات العربية ❑

11- أي قناة محلية بالتحديد؟

أ - العراقية ❑، الفرات ❑، الفيحـاء ❑، السومرية ❑

ب- الشرقية ❑، الديـار ❑، البغدادية ❑ ، النهريـن ❑

ج- العراق ❑، عشتار ❑

12- متى تشاهد التلفزيون؟

صباحاً ❑ من الظهر إلى العصر❑ ليلاً ❑ حسب وقت الفراغ ❑

13- كيف تفضل المشاهدة؟

منفرداً ❑ مع العائلة ❑ مع الأصدقاء ❑

14- هل تشاهد قناتك المفضلة يومياً؟

نعم ❑ كلا ❑ بعض أيام الأسبوع ❑

15- كم ساعة تشاهد التلفزيون يومياً؟

ساعة إلى اثنتين ❑ ثلاث إلى خمسة ❑ أكثر من ستة ساعات ❑

16- كيف يتم اختيار القناة في المشاهدة اليومية في المنزل؟

بالتشاور بين أفراد الأسـرة ❑ باحترام رغبـة الأب ❑

باحترام رغبـة الأم ❑ بتقسيم الوقت بين أعضاء الأسرة ❑

لدينا أكثر من جهاز تلفزيون ❑

رابعا: المعلومات الخاصة بالإذاعة

1- أي القنوات التلفزيونية تفضل؟

المحلية ❑ العربية ❑ الأجنبية ❑

2- أي المحطات الإذاعية العراقية تفضل

إذاعة جمهورية العراق	
إذاعة دجلة	
إذاعة الناس	
إذاعة أور	
إذاعة السلام	
إذاعة الرافدين	
إذاعة القران الكريم	
إذاعة ديالى	
إذاعة البلاد	
إذاعة آشور	
إذاعة نينوى	
إذاعة الأنوار	
إذاعة بابل	
مجموع الذين يفضلون الإذاعات المحلية فقط	

3- أي البرامج تستهويك في الإذاعة؟

الأخبار المحليــــة❑ برامج الاتصال المباشر ❑ الأغاني والمنوعات ❑

البرامج الرياضية ❑ برامج هموم المواطـــــن ❑ الأخبـــــار العالمية ❑

4- هل تعتقد بأن الإذاعات المحلية عالجت هموم المواطن بمسؤولية واهتمام؟

نعم ❑ كلا ❑ بعض الإذاعات ❑

5- أي الإذاعات حققت ذلك؟

إذاعة جمهورية العراق	
إذاعة دجلة	
إذاعة الناس	
إذاعة أور	
إذاعة السلام	
إذاعة الرافدين	
إذاعة القران الكريم	
مجموع الذين أجابوا عن السؤال السابق بنعم أو ببعض	

6- هل غطت الإذاعات المحلية الأحداث السياسية بدقة وحيادية؟

نعم ❑ كلا ❑ بعض الإذاعات ❑

7- إذا كان الجواب (نعم) فمن هي هذه الإذاعات؟

إذاعة جمهورية العراق	
إذاعة دجلة	
إذاعة الناس	
إذاعة أور	
إذاعة السلام	
إذاعة الرافدين	
إذاعة القران الكريم	
مجموع الذين أجابوا عن السؤال السابق بنعم أو ببعض	

8- أي الإذاعات تلجأ إليها لمتابعة أخبار العراق؟

المحلية ❑ العربية ❑ الأجنبية ❑

9- إذا كان جوابك (المحلية) فمن هي هذه الإذاعات؟

إذاعة جمهورية العراق	
إذاعة دجلة	
إذاعة الناس	
إذاعة أور	
إذاعة السلام	
إذاعة الرافدين	
إذاعة القران الكريم	
مجموع الذين أجابوا عن السؤال السابق بنعم أو ببعض	

10- هل تعتقد بانحياز الإذاعات لسياسات الحكومة أحياناً؟

نعم ❑ كلا ❑ بعضها ❑

11- إذا كان الجواب (نعم أو بعضها) فما هو السبب برأيك؟

تمويلها حكومي❑ تبحث عن تمويل❑ تتبع أحزاب تشترك في الحكومة ❑

12- كم ساعة تستمع يومياً للبث الإذاعي؟

نصف ساعـــة ❑ أكثر مـــــن ساعة ❑

أكثر من ساعتين ❑ أكثر من ثلاث ساعات ❑

13- متى تفضل سماع الإذاعة؟

صباحاً ❑ ظهراً ❑ عصراً ❑ ليلاً ❑

14- أين تفضل سماع الإذاعة؟

في البيت ❑ في السيارة ❑ في مكان العمل ❑

15- ما هو رأيك بمستوى المذيعين ومقدمي البرامج في الإذاعات؟

جيد ❑ متوسط ❑ ضعيف ❑ يتطور تدريجياً ❑

ثانيا: المقابلة

تستخدم في البحوث الإعلامية الكثير من أدوات جمع المعلومات منها: المقابلة العلمية للمبحوثين. وتعد المقابلة أداة فعالة في حالات معينة، عندما يكون المبحوثين على سبيل المثال من الأطفال أو الكبار الأميين الذين لا يستطيعوا كتابة إجاباتهم بأنفسهم، كما هو الحال في الاستبيان. بالإضافة إلى نوع مشكلة البحث التي تحتم قيام الباحث بمقابلة أفراد عينة الدراسة وطرح الأسئلة عليهم مباشرة. وتختلف المقابلة العلمية عن المقابلة العرضية.

تعريف المقابلة:

ويقصد بالمقابلة: (تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين)[1]، حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التغيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته. كما تعرف المقابلة، بأنها: محادثة بين شخصين، يبدأها الشخص الذي يجري المقابلة ــ الباحث لأهداف معينة ــ وتهدف إلى الحصول على معلومات وثيقة الصلة بالبحث. وكذلك تعرف المقابلة بأنها: المقابلة هي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث والحوار يتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي يتطلب الإجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث[2].والمقابلة بهذا المعنى عملية مقصودة، تهدف إلى إقامة حوار فعال بين الباحث والمبحوث أو أكثر؛ للحصول على بيانات مباشرة ذات صلة بمشكلة البحث.

إن حرص الباحث على استخدام المقابلة باعتبارها أنسب أدوات البحوث الإعلامية لنوع المبحوثين عمل غير كافٍ على الرغم من أهميته إذا لم يراعِ عدداً من العوامل المسؤولة

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 534.

(2) أ.د رجاء محمود أبو علام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط5، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2006، ص 415.

عن إنجاح المقابلة، **وبالتالي تحقق الهدف من استخدامها، ولعل منها:**

1- أن يتم التدريب السابق على إجراء المقابلة، وذلك بعمل تدريبات تمثيلية مع زملاء الباحث أو غيرهم؛ بقصد التدرب على طرح الأسئلة، وتسجيل الإجابات، وتعرف أنواع الاستجابات المتوقع الحصول عليها.

2- إعداد مخطط للمقابلة، يتضمن قائمة الأسئلة التي ستوجه إلى المبحوثين كل على حده.

3- أن تكون الأسئلة واضحة وقصيرة .

4- أن ينفرد الباحث بالمبحوث في حدود ما يسمح به الشرع والتقاليد، وأن يعمل على كسب ثقته وعلى حثه على التعاون معه.

5- أن يشرح الباحث معنى أي سؤال للمبحوث، حتى تكون الإجابة مناسبة لغرض الباحث من السؤال.

6- أن يتأكد الباحث من صدق المبحوث وإخلاصه؛ وذلك بأن يوجه إليه في أثناء المقابلة أسئلة أخرى، يقصد التأكد من ذلك. وبإمكان الباحث أن يطمئن إلى صدق المبحوث من خلال ملاحظة طريقة إجابته، وما يظهر على وجهه من تعبيرات.

7- أن يتجنب الباحث التأثير على المبحوث، فلا يوحي إليه بوجهات نظره أو آرائه وميوله.

8- أن يسجل الباحث إجابات المبحوث بدقة وبسرعة.

9- إلا تتم المقابلة في صورة تحقيق أو محاكمة للمبحوث؛ حتى لا يشعر بالضيق والسأم، وبالتالي رفض التجاوب مع الباحث.

ويمكن تصنيف أسئلة المقابلة إلى أسئلة مفتوحة غير محددة الإجابة أي الأسئلة التي لا تعطي أي خيارات للإجابة مثال: ما هو رأيك بالنسبة للتعليم المختلط؟ ولعمل المرأة؟ وتمتاز هذه النوعية من الأسئلة بغزارة المعلومات التي يمكن الحصول عليها ولكن مع صعوبة تصنيف الإجابات.والصنف الثاني من أسئلة المقابلة هي الأسئلة المغلقة المحددة الإجابة وهي الأسئلة التي تكون الإجابات عليها محددة أما بنعم –لا – أحيانا ....الخ، مثال ذلك سؤال: هل توافق على التعليم المختلط؟

وهناك ثلاثة أنواع للمقابلة العلمية هي: المقابلة الشخصية التي تتم وجهاً لوجه بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث وهي الأكثر شيوعاً. والنوع الثاني هي المقابلة التلفزيونية التي تجري للأشخاص المبحوثين عل الهاتف لأسباب تحرج إدارة الباحث والمبحوث. أما النوع الثالث من أنواع المقابلات العلمية فهي: المقابلة بواسطة الحاسوب عن طريق محاورة الباحث للمبحوثين عبر البريد الالكتروني أو المقابلة بالفيديو عن بعد.

أما شروط المقابلة الجيدة فتفرض على الباحث أن يراعي في إجراءها الخطوات الآتية:

1- تحديد الهدف أو الغرض من المقابلة:

يجب على الباحث عند إعداده للمقابلة أن يحدد هدفه من إجراء المقابلة الأمور التي يريد انجازها والحقائق التي يريد مناقشتها والمعلومات التي يسعى إليها.وأن يقوم بتعريف هذه الأهداف للأشخاص التي سيجري معهم المقابلة ولا يترك هذا الأمر معلقا بالصدفة إلى أن يجري المقابلة.

2- الإعداد المسبق للمقابلة ويتضمن:

أ - تحديد الأشخاص المعنيين بالمقابلة أو الجهات المشمولة بالمقابلة (الأشخاص والجهات التي لديها معلومات كافية ووافية لأغراض البحث).

ب- تحديد وإعداد قائمة الأسئلة والاستفسارات وربما يكون من الأفضل إرسالها قبل إجراء المقابلة لإعطاء المبحوثين فكرة عن الموضوع ويراعي فيه إعداد الأسئلة للوضوح والصياغة الدقيقة.

ج- تحديد مكان ووقت المقابلة بما يتناسب مع ظروف المبحوثين والالتزام بذلك (عادة ما تتم المقابلة في مكان عمل المبحوث) وإذا كان في الإمكان التأثير على ظروف المقابلة ويمكن اقتراح إجراء مقابلة في مكان خاص لسرية المعلومات وتوفير الهدوء.

3- تنفيذ المقابلة وإجرائها:

هناك عدة أمور على الباحث إتقانها لإثارة اهتمام وتعاون المبحوث هي:

أ - إيجاد الجو المناسب للحوار من حيث إيجاد المظهر اللائق للباحث واختيار العبارات المناسبة للمقابلة حيث يخلق الباحث أجواء صداقة وثقة وتعاون مع المبحوث بأن يوجد بيئة ودية للمقابلة وأن تكون المحادثة ضعيفة أيضا وتلقائية وأن لا يشعر المبحوث بأن المقابلة عبارة عن استجواب.

ب- دراسة الوقت المحدد لجمع المعلومات بشكل لبق.

ج- التحدث بشكل مسموع وعبارات واضحة.

د- إذا كانت المقابلة تخص شخصا واحدا محددا يستحسن أن تكون معه على انفراد بمعزل عن بقية العاملين معه.

هـ- أن يتجنب الباحث تكذيب المبحوث أو إعطاء المبحوث الانطباع بأن جوابه غير صحيح بل يترك للمبحوث إكمال الإجابات والطلب منه توضحيها وإعطاء أمثلة وما شابه ذلك.

4- تسجيل وتدوين المعلومات:

أ - يجب تسجيل المعلومات والإجابات أثناء الملاحظة مباشرة ويكون ذلك على أوراق محددة سلفا حيث تقسم الأسئلة إلى مجاميع وتوضيح الإجابة أمام كل منها وكذلك الملاحظات الإضافية ومن الأفضل (إذا أمكن) تسجيل الحوار بواسطة جهاز تسجيل.

ب- أن تسجل المعلومات بنفس الكلمات المستخدمة من الشخص المعني بالمقابلة (لا يقع في خطأ في استبدال الكلمات).

ج- أن يبتعد الباحث عن تفسير العبارات التي يقدمها الشخص المبحوث والإضافة عليها بل يطلب الباحث منه إعادة تفسير العبارات إذا تطلب الأمر ذلك (الباحث يجب أن يميز بين الحقائق والمعلومات واستنتاجاته، ولا يقع في خطأ الإضافة والحذف).

د- إجراء التوازن بين الحوار والتعقيب وبين تسجيل وكتابة الإجابات.

هـ- إرسال الإجابات والملاحظات بعد كتابتها بشكل نهائي إلى الأشخاص التي تمت مقابلتها للتأكد من دقة التسجيل.

مميزات وعيوب المقابلة:

تبرز أهمية المقابلة من خلال تميزها بالخصائص الآتية[1]:

1- المرونة في التطبيق: يتمكن من يلجأ إلى اختيار المقابلة الشخصية كأداة لجمع معلوماته من تطويع أسئلته لما يمكنه من تحقيق غرضه.

2- إمكانية الحصول على معلومات أكثر: أن طبيعة الشخص الذي يقابله الباحث أن يُعطي تفاصيل أكثر لمن يقابله شخصياً.

3- المقابلة الشخصية أكثر تأكيداً بان أفراد العينة هم الذين أجابوا عن التساؤلات: عندما يقوم الباحث بتطبيق المقابلة الشخصية فإنه يمكنه التأكد بصورة أدق بأن من يجيب على التساؤل هو أحد أفراد العينة وليس غيره.

ومن عيوب المقابلة ما ينبغي أن يفطن إليها الباحث ما يأتي:

1- ضرورة توفر الشخص القادر على أداء المقابلة بصورة جيدة ومتناسقة.

2- مكلفة من حيث الوقت والجهد وتحتاج إلى وقت أطول للإعداد وجهد أكبر في التنقل والحركة.

3- إجراء المقابلة يتطلب مهارات وإمكانيات تتعلق باللباقة والجرأة قد لا تتوافر لكل باحث

4- صعوبة الوصول إلى بعض الشخصيات المطلوب مقابلتهم بسبب المركز السياسي أو الإداري لهذه الشخصيات.

---

(1) د. محمد بن عبد العزيز الحيزان: مصدر سابق، ص 103 – 104.

ثالثا: الملاحظة الميدانية:

يلجأ الباحث إلى استخدام الملاحظة دون غيرها من أدوات البحث الإعلامي، وذلك إذا أراد جمع بيانات مباشرة وعلى الطبيعة عن المبحوث، والمتعلقة بمشكلة البحث. فقد يخفي المبحوث بعض الانفعالات أو ردود الأفعال عن الباحث في حالة استخدام أدوات، من مثل: الاستبيان أو المقابلة. ولكن المبحوث يخفق في حالة استخدام الباحث هذه الأداة.

وتعرف الملاحظة بأنها: المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك ما أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة. كذلك يقصد بالملاحظة: الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين؛ بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط، أو وصفه وتحليله، أو وصفه وتقويمه.كما تعني أيضاً معاينة منهجية لسلوك المبحوث ــ أو أكثر ــ يقوم بها الباحث مستخدماً بعض الحواس وأدوات معينة؛ بقصد رصد انفعالات المبحوث وردود فعله نحو جوانب متعلقة بمشكلة البحث، وتشخيصها وتنظيمها وإدراك العلاقات فيما بينها[1]. وتحتل الملاحظة المنهجية (الميدانية والمعملية) أهمية كبيرة في جمع البيانات والاختبارات الخاصة ببحوث الإعلام. وعرف باحث آخر الملاحظة بأنها:الانتباه إلى ظاهرة، أو حادثة معينة، أو شيء ما بهدف الكشف عن اسبابها وقوانينها، خاصة في الحالات التي يزداد احتمال مقأومة المبحوثين لما يوجه لهم من أسئلة فيمتنعون عن الإجابة أو يلجأون إلى تحريفها[2].

---

(1) محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص35.

(2) د. غريب محمد سيد احمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1982، ص266.

وأنواع الملاحظة وفق قرب الباحث من المبحوثين هي:

1- ملاحظة مباشرة: وهي التي تتطلب اتصال مباشر بالمبحوثين؛ بقصد ملاحظة سلوك معين.

2- ملاحظة غير مباشرة: وهي التي لا تتطلب اتصال مباشر بالمبحوثين، وإنما يكتفي الباحث بمراجعة السجلات والتقارير ذات الصلة بالسلوك المراقب للمبحوثين. وتعتمد الملاحظة على خبرة وقابلية الباحث في الصبر لفترات طويلة لتسجيل المعلومات. وتعد الملاحظة وسيلة من وسائل جمع البيانات أو المعلومات، بل ولعلها من أدق وسائل البحث، ويمكن استخدامها في الدراسات المتقدمة؛ فهي تستعمل في أغلب أنواع البحوث، وبخاصة في المنهج المسحي والمنهج التجريبي، ويلجا الباحث إليها عندما يشعر بان الأدوات الأخرى لجمع البيانات مثل الاستبانة أو المقابلة غير كافية للحصول على ما يريده من معلومات أو بيانات لبحثه[1].

وتتطلب عملية إجراء الملاحظة في البحوث العلمية ومنها البحوث الإعلامية مراعاة الباحث الخطوات الآتية:

1- تحديد الهدف الذي يسعى الباحث في الحصول عليه.

2- تحديد الأشخاص المعنيين بالملاحظة مع الأخذ في الاعتبار ضرورة الاختيار الجيد والملائم لهؤلاء الأشخاص.

3- تحديد الفترة الزمنية اللازمة للملاحظة بحيث يتناسب مع الوقت المخصص للباحث

4- ترتيب الظروف المكانية الملائمة للملاحظة.

5- تحديد النشاطات المعنية بالملاحظة (ما يتطلب معرفته من الملاحظة).

6- جمع المعلومات بشكل نظامي ثم تسجيلها.

---

(1) د. سيف الإسلام سعد عمر: الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دمشق، دار الفكر، 2009، ص98.

ومن مزايا طريقة الملاحظة في البحوث العلمية ومنها الإعلامية نجد ما يأتي[2]:

1- المعلومات التي تجمع باستخدام أداة الملاحظة تكون أكثر عمقا من استخدام الأدوات الأخرى.

2- تؤمن الملاحظات للباحث معلومات شاملة ومفصلة ومعلومات اضافية لم يكن حتى يتوقعها.

3- تؤمن للباحث أيضا معلومات دقيقة أقرب ما تكون للصحة.

4- العدد المطلوب بحثه من العينات هو أقل مقارنة بالأدوات الأخرى. فالباحث كي لا يستطيع ملاحظة إلا ظاهرة واحدة أو نشاط واحد يخص شخص أو عدد محدود من الأشخاص.

5- تسجيل المعلومات ساعة حدوثها وفي نفس وقت حدوث النشاط أو الظاهرة.

أما عيوب الملاحظة في البحوث العلمية فيمكن إجمالها بما يأتي[3]:

1- الشخص القائم بالبحث قد يواجه بتعمد الناس التصنع واظهار ردود فعل وانطباعات غير حقيقية عند وقوعهم تحت الملاحظة.

2- قد تعوق العوامل الخارجية الملاحظة: كالطقس والعوامل الشخصية الطارئة للباحث.

3- الملاحظة محدودة بالوقت الذي تقع فيه الأحداث وقد تحدث الأحداث في أماكن متفرقة تصعب وجود الباحث فيها كلها.

---

(2) د. صالح بن حمد العساف: مصدر سابق، ص411 – 412.

(3) المصدر نفسه: ص412 – 414.

رابعا: أسلوب تحليل المضمون

يعرف تحليل المضمون بأنه (أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال)[1]. ويعد تحليل المضمون أحد أساليب البحث العلمي الشائعة الاستخدام في مجال دراسة مواد الاتصال. ويهدف إلى معرفة اتجاهات المادة التي يتم تحليلها بطريقة علمية منظمة، وكذلك الوقوف على خصائص هذه الاتجاهات بحيث يتم كل ذلك بعيداً عن الانطباعات الذاتية، أو المعالجة العشوائية[2].

ويعرف تحليل المضمون بأنه: (أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر، والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث)[3] .

ويعد أسلوب تحليل المضمون من الأساليب المستخدمة ضمن المنهج الوصفي الذي يعنى بالتصور الدقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات والتصور، بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ويضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية. وعن طريق استخدام أسلوب تحليل المضمون يمكن للباحث أن يقوم بتحليل الرسائل الإعلامية لاختبار خصائص الرسالة أو النص، على شرط أن تقوم عملية التحليل بصفة منتظمة وعلى وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية للوقوف على مضمون المواد الإعلامية وتناولها بالشرح والتفسير الملائم.

ويقوم هذا الأسلوب على فهم منظم ودقيق لمحتوى ومضمون النصوص المكتوبة أو المسموعة أو المرئية عبر تحديد موضوعات الدراسة وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة التي

---

(1) د. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، القاهرة،عالم الكتب،1992، ص129.

(2) د. ذوقان عبيدات و(آخرون): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط6، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص169.

(3) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص233.

سيتم اختيار الحالات الخاصة منه لدراسة مضمونها وتحليله، ويشترط في مثل هذا الأسلوب عدم تحيز الباحث عند اختيار عينة النصوص أو المسموعات أو المرئيات المراد دراستها وتحليل مضمونها، إذ يجب أن تكون ممثلة بشكل موضوعي لموضوع الدراسة[1].

ويعدُّ تحليل المضمون (المحتوى) أكثر التصميمات المنهجية شيوعاً للاستخدام في بحوث الإعلام بصفة عامة وبحوث الصحافة بصفة خاصة. ولعل أقرب وصف لتحليل المضمون هو ما قدمه الصحفي الفرنسي جاك كايزر حين قال عن تحليل مضمون الصحف بأنها: الدراسة التي تهدف إلى كشف ما تود الصحيفة توصيله إلى قرائها وأحداث تأثير معين عليهم من خلال هذه المادة. وكما يقول أستاذ الاتصال الجماهيري الكندي مارشال ماكلوهان: أن الرسالة الإعلامية هي الوسيلة فمهما كانت الطريقة التي تعالج بها الصحف الحدث فإنها تعبر عن أيديولوجية ملتزمة فعن طريق تحليل مضمون الصحف يمكن الكشف عما تم أضافته أو حذفه أو تغيره. أي بعبارة أخرى أن استعمال أسلوب تحليل المضمون يحقق أهداف المنهج الوصفي في رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة زمنية معينة أو عدة فترات من اجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره[2].

ويحمل مفهوم تحليل المضمون أو (المحتوى) في طياته متغيرين هما:

الأول: (التحليل) الذي يعد عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح عبر عزل عناصرها بعضها عن بعضها الآخر، ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقة التي تقوم بينها.

---

(1) ديوبولد فاندالين: مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس، ترجمة محمد نبيل نوفل، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1985، ص78.

(2) د. عواطف عبد الرحمن و(أخريات): تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1982، ص86.

الثاني: المضمون (المحتوى) ويشير في علوم الاتصال إلى كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق عن طريقه أهدافاً اتصالية مع آخرين، وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد (المصدر) وسماته الاجتماعية.

مما تقدم نستطيع القول باختصار يمكن التعبير عن تحليل المضمون بأربع كلمات هي: (موضوعي ، ومنتظم ، وكمي ، وظاهر)، وهذه الكلمات هي التي تميز بين تحليل المضمون العلمي، وبين ذلك التحليل العادي الذي نجريه جميعا كل يوم عند قراءة الصحف والمجلات، أو عند الاستماع إلى أحاديث أصدقائنا. فكلمة موضوعي (Objective): تعني أن الفئات المستخدمة لتحليل المضمون يجب أن تكون مبالغة في التحديد، بحيث يستطيع أي شخص آخر أن يحلل المضمون نفسه مستخدما هذه الفئات، وان يصل إلى النتيجة نفسها ، كما تعني كلمة موضوعي استبعاد فئات ومصطلحات التقييم (طيب ، سيئ ، عادل ،ظالم ، جميل ، قبيح) لان هذه المصطلحات شخصية ، كما أن معناها معرض للتغيير بتغير الظروف والأوقات.

وتعني كلمة منتظم (Systematic): أن اختيار المضمون موضع التحليل يجب أن يتم على أساس خطة مسبقة الاعداد، لايشوبها أي تحيز، أي لايصح أن يحلل الباحث عناصر المضمون من عملية جمع البيانات المعرضة للتحيز بهدف اثبات نقطة معينة.

أما كلمة كمي (Quantitative) فتعني: التعبير عن نتائج التحليل في شكل رقمي بطريقة ما، ويعد تفضيل الشكل الكمي أمراً مفهوماً، فهناك اتفاق عام على سهولة تحديد ما هو خطأ وما هو صواب في اللغة الرياضية الدقيقة.

وتعني كلمة ظاهر (Manifest): أن تحليل الدلالة الذي يشمله تحليل المضمون يتميز بالبساطة، والمباشرة المعقولة ، أي انه يقوم على قراءة (السطور)، وليس على قراءة (ما بين السطور).

خطوات تحليل المضمون:

يتضمن تحليل المضمون مجموعة من الخطوات الآتية:

1- تحديد المجال الزماني والمكاني للتحليل:

يقوم الباحث أولاً بمسح مادة التحليل التي يتم الحصول عليها من خلال تحديد المجال المكاني والمجال الزماني للبحث، اعتماداً على أسلوب المسح الشامل أو اختيار عينة ممثلة للمجتمع الأصلي للتمكن من الوقوف على أهم الاتجاهات التي سادت (مجتمع البحث) عن طريق جمع مادة الاتصال سواء كانت مقالات أو تحقيقات أو تقارير صحفية أو أخبار أو نصوص إذاعية أو تلفزيونية أو مادة منشورة في وسائل الإعلام الالكتروني. ويقرر الباحث المدة الزمنية التي سيختارها لدراسته والتي تخدم أغراض بحثه، وان يقرر بعد ذلك هل سيتناول المدة كلها على سبيل الحصر أم سيختار عينات زمنية منها وفقاً لاحتياجات دراسته، فعلى سبيل المثال دراسة موقف صحافة الأحزاب العراقية العلنية من قضية النشاط الصهيوني في العراق تتطلب من الباحث أن يجري مسحاً شاملاً على جميع مقالات الصحف الحزبية بين عام 1922 وحتى نهاية عام 1952 ميداناً للبحث والتقصي، وان يختار الباحث فن من الفنون الصحفية التي امتازت به الصحافة الحزبية في العراق، كأن يختار المقالات الافتتاحية لتكون المجال المكاني والموضوعي (مجتمع البحث) وخلال العهد الملكي في المدة الواقعة بين عامي 1922-1952. وقد حدد الباحث المجال المكاني للتحليل في هذا المثال من خلال الاطلاع على المسح الشامل لأعداد الصحف الحزبية العلنية كافة والتي بلغت (14040) عدداً والتي من خلالها استطاع فرز (93) مقالاً افتتاحياً يخص موقف صحافة الأحزاب العراقية العلنية من النشاط الصهيوني في العراق خلال المدة المذكورة بواقع (24) مقالاً خلال عقد العشرينات و(20) مقالاً خلال عقد الثلاثينات و(19) مقالاً خلال عقد الاربعينات و(30) مقالاً أوائل عقد الخمسينات حتى نهاية عام 1952[1].

---

(1) سعد سلمان المشهداني: موقف صحافة الأحزاب العراقية العلنية من النشاط الصهيوني في العراق ==

2- تحديد وحدة التحليل:

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً فكان من الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات تحليل والتي تقسم بحسب ما ذهب إليه الباحث بيرلسون إلى خمس وحدات رئيسة هي(1):

أ - وحدة الكلمة Word: تعد وحدة الكلمة اصغر وحدات التحليل وقد تكون رمزاً أو مصطلحاً مثل (الحرية، الإرهاب، السلام، الاستقلال) وتعد وحدة الكلمة الوحدة الأصغر والأسهل من الوحدات التي يمكن التعامل معها.

ب- وحدة الموضوع (الفكرة) Theme: وهي وحدة تحليل مهمة و غالباً ما يكون الموضوع (الفكرة) جملة أو فقرة.

ج- وحدة الشخصية Character وتستخدم في تحليل المضمون الإخباري والدرامي للبرامج الإذاعية والتلفزيونية وعند دراسة القصص والروايات والكتب التاريخية والسيرة الذاتية، حيث يختار الباحث هذه الوحدة في إطار تحليل الشخصيات المشاركة في البرنامج الثقافي أو السياسي أو الاقتصادي وتحديد خصائصها العامة.

د- وحدة المفردة (أو الفن الإعلامي) Item: وهي ما تسمى أحياناً بالوحدة الطبيعية وتختلف هذه الوحدة باختلاف الدراسة فمنها ما يكون كتاباً أو مجلة أو قصة أو برنامجاً إذاعياً أو تلفزيونياً وما شابه ذلك. ويمكن اختيار وحدة المفردة التي تمثل البرنامج التلفزيوني أو الأشكال المرتبطة بالأخبار أو المقالات أو الصور الصحفية أو التحقيقات.

==

1922 – 1952، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الآداب بجامعة بغداد عام 2000، ص27 – 33.

(1) د. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1998، ص 230 – 231.

هـ- وحدة المساحة والزمن Space and Time: وهو المقياس المادي المستخدم لقياس المضمون الذي يلجا إليه الباحث للتعرف على المساحة التي شغلتها المادة الإعلامية المنشورة في الكتب أو الصحف أو المطبوعات والمدة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة بالراديو أو المعروضة في التلفزيون للتعرف على مدى الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل.

3- تحديد فئة التحليل:

يعتمد تحليل المضمون في دقته والى حد بعيد على تحديد فئات التحليل، والتي تعد من الخطوات المهمة التي يجب على الباحث أن يعطيها اهتماماً كبيراً لان الإعداد الجيد والواضح لفئات التحليل تؤدي إلى الوصول إلى نتائج علمية متميزة وبالعكس فإن الإعداد السيئ لن يؤدي إلى الحصول على النتائج المطلوبة. وتعرف فئات تحليل المضمون بأنها: (مجموعة من التصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه وهدف البحث في وصف المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور)[1].

وتنقسم فئات تحليل المضمون إلى قسمين رئيسين هما:

أولا: فئة الموضوع (ماذا قيل)

والتي تمثل مجموعة الفئات التي تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوى والتي تتضمن فئات فرعية أهمها[2]:

أ - **فئة الموضوع**: وهي الفئة الأكثر استخداماً في دراسات تحليل المضمون والتي تقوم بتصنيفه وفقاً لموضوعاته مع الإجابة عن التساؤل الأساسي الخاص بالموضوع، أو مجموعة الموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية.

---

(1) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص265.

(2) د. سمير محمد حسين: تحليل المضمون – تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1996، ص265.

ب- **فئة الاتجاه**: والتي توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه. بينما توضح فئة الموضوع أن 50٪ من المضمون يركز على قضية معينة توضح فئة الاتجاه، أن هذه النسبة تؤيد أو تعارض هذه القضية

ج- **فئة المستويات**: والتي يطلق عليها بعض الباحثين اصطلاح فئة الأسس إشارة إلى الأساس الذي تم بمقتضاه تصنيف اتجاه المضمون.

د- **فئة القيم**: وترتبط هذه الفئة بفئة المستويات والأسس ويطلق عليها الباحثون أحياناً مصطلح (الأهداف) وأحياناً أخرى (الاحتياجات) إذ تسعى إلى معرفة ما يريده الجمهور وما يتطلع الحصول عليه.

هـ- **فئة الأساليب المتبعة**: تتعامل هذه الفئة مع الطرق والوسائل التي اتبعت لتحقيق النتائج والنهايات وتندرج تحت هذه الفئة الأساليب كافة التي اتبعت لعرض الفكرة وشرحها. وهل هي أساليب تحليلية أم دعائية أم إملاء آراء واتجاهات معينة.

و- **فئة السمات**: ويطلق عليها أحياناً فئة القدرات وتقوم هذه الفئة بوصف الخصائص الشخصية وأهم السمات السيكولوجية وبعض الأساليب الوصفية الأخرى والتي تسعى إلى وصف سمات الأفراد المتضمنين في الاتصال وخصائصهم.

ز- **فئة المثل**: وتستخدم في دراسة الشخص أو المجموعة التي تظهر في موقع مركزي أو قيادي كمحركة للأحداث.

ح- **فئة مصدر المعلومات**: وهي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو جهة مصدر المعلومات وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص الصحف، المحطات الإذاعية أو التلفزيونية وغيرها من المصادر المختلفة.

ط- **فئة المعلومة**: وترتبط هذه الفئة بفئة المصدر إذ يسعى الباحث إلى معرفة منشأ المعلومات المتضمنة في المادة موضع التحليل ومن أين جاءت.

ي- **فئة الجمهور المستهدف**: وتستهدف هذه الفئة معرفة الجمهور الذي يستهدفه القائم بالاتصال بالمادة الإعلامية الموجهة إليه بصفة خاصة، كما تسعى إلى معرفة ما إذا كان القائم بالاتصال يستهدف الوصول إلى جماعات معينة أم إلى الجمهور العام.

ثانياً: فئة الشكل التي تقدم بها المادة الإعلامية (كيف قيل):

وتمثل مجموعة الفئات التي تصف كيفية أو أسلوب تقديم أو عرض المحتوى وتتضمن ما يأتي[1]:

أ - **فئة أو نمط المادة الإعلامية:** تقوم هذه الفئة على التفرقة بين الأشكال المختلفة التي تقدم بها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام المختلفة.

ب- **فئة شدة الاتجاه:** وتستخدم هذه الفئة لاستخلاص النتائج المرتبطة بتحديد الاتجاه خصوصاً بعد أن تعددت مستوياته الايجابية والسلبية وأصبح البحث عن أوزان دقيقة للاتجاه وشدته من الأشكال التي يصاغ فيها المحتوى.

ج- **فئة شكل العبارات أو الموضوع:** وتكشف هذه الفئة عن الشكل الذي تتخذه عبارات المحتوى فمثل هذه الفئات يمكن أن تكشف عن اتجاهات المصدر أو المرسل أو الكاتب في صياغة الأعمال والأفعال أو الأحداث التي تدور في مدة تاريخية معينة أوزان دقيقة للاتجاه وشدته من الأشكال التي يصاغ فيها المحتوى مثار اهتمام الباحثين للتفرقة بين المستويات المختلفة للاتجاه.

د- **فئة وسيلة الإقناع:** ويسعى فيها المصدر أو المرسل أو الكاتب استشارة اكبر عدد ممكن من القراء أو المستمعين أو المشاهدين وإقناعهم بالأفكار التي يتبناها في المحتوى الإعلامي

هـ- **فئة اللغة المستخدمة:** وهي من الفئات المهمة التي يترتب عليها مدى فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها من جانب جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين.

4- تحديد وحدة السياق ووحدة التسجيل

إن وحدات السياق هي وحدات لغوية داخل المحتوى (جملة ، عبارة، فقرة) تفيد في

---

(1) د. سمير محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، 1983، ص132 -134.

التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس. وقد اتخذ الباحث في المثال السابق الفقرة (وحدة السياق)، فيما اتخذ الفكرة داخل كل مقال وحدة للعد والقياس (وحدة التسجيل).

5- جمع المعلومات وبناء التصنيف

يعتمد الباحث في بناء التصنيف الذي هو عبارة عن استخراج فئات التحليل من محتوى المادة الإعلامية الخاضعة للتحليل على طريقتين الأولى أن يستخرج الباحث فئات التحليل من تصنيف قبلي لفئات التحليل يعتمد على المادة النظرية التي اطلع عليها الباحث وجمع معلوماتها كمدخل نظري أو تاريخي للبحث. والطريقة الثانية هي أن يستخرج الباحث فئات التحليل من تصنيف بعدي يستنبط فيه فئات التحليل من اختبار أولي على عينة من مجتمع البحث تمثل نسبة 10٪ من مجموع المادة الإعلامية الخاضعة للتحليل، إذ ترتبط هذه العملية بتحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص مشتركة والتي تفرز للباحث الاتجاهات الرئيسة التي تعينه على استخراج فئات التحليل والتي يمكن تسميتها بعملية (بناء التصنيف).

6- اختبار صدق التحليل:

يقصد بصدق التحليل من مدى صلاحية أسلوب القياس وأدلة قياس الموضوعات والظواهر التي يريد الباحث تحليلها، واستخلاص نتائج يعتمد عليها، ومن ثم يعمل على تعميمها)[1] أي أن اختيار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم في البحث وصلاحيته سواء في جمع البيانات أو قياس المتغيرات وبدرجة عالية من الكفاءة والدقة. ويعد صدق المحتوى ابسط أشكال الصدق إذ تمثل مكونات التحليل المفاهيم التي يسعى الباحث إلى وضع تعريف إجرائي لها[2].

(1) د. سمير محمد حسين: تحليل المضمون – تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، مصدر سابق، ص83.

(2) راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 72.

ولتحقيق درجة الصدق والصحة للتحليل يتبع الباحث الخطوات الآتية:

أ - التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته وتعريف كل فئة تعريفاً دقيقاً وواضحاً من خلال الفصل النظري أو التاريخي الذي يستطيع الباحث عن طريقه وضع تعريف واضح وشرح وافي لكل فئة من فئات التحليل.

ب- الاعتماد على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحية فئات التحليل ووحدات العدّ والقياس في عملية التحليل.

7- اختبار ثبات التحليل:

يقصد بالثبات (إمكانية الوصول إلى النتائج نفسها عند إعادة تطبيق المقياس المستعمل على المادة نفسها في المواقف والظروف نفسها)(1). وعلى هذا الأساس تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين الآتيين:

أ - **الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل**: الاتساق بين محللين ويعني توصل محللين يعملان بشكل منفرد أحدهما عن الآخر إلى النتائج نفسها أو إلى نتائج متقاربة عندما يستعملان التصنيف نفسه ويتبعان خطوات وقواعد التحليل نفسها.

ب- **الاتساق الزمني**: وهو أن يتوصل الباحثون إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون إذا جرى التحليل في أوقات مختلفة أي أن الباحث يعيد إجراء البحث بعد مضي شهر أو أكثر على إجراءه التحليل الأول.

ويتبين بعد تطبيق البعدين أو الأسلوبين السابقين أن هناك اتفاق عالي بين الباحث مع نفسه والباحث الأول مع الباحث الثاني، وان التغيرات التي حدثت في النتيجة بين الباحث مع نفسه بمرور مدة زمنية عندما يعيد التحليل مرة ثانية وبين الباحث والباحث الآخر كانت طفيفة، ويتم ذلك عن طريق استخدام معادلة رياضية إحصائية تعرف

---

(1) ذوقان عبيدات و(آخرون): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، مصدر سابق، ص 183.

بمعادلة هولستي وهي[1]:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{2م}}{\text{ن1+ن2}}$$

حيث أن م = عدد الحالات المتفق عليها.

ن1 = عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم رقم (1).

ن2= عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم رقم (2).

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{2م}}{\text{ن1+ن2}} = \frac{12 \times 2}{13+13} = \frac{24}{26} = 0.92$$

8- استخراج النتائج

في المثال السابق وبعد أن استطاع الباحث جمع المقالات التي نشرت في صحافة الاحزاب العراقية العلنية التي تضمنت أو عالجت بشكل مباشر موضوع النشاط الصهيوني في العراق خلال الفترة الممتدة من عام 1922 وحتى عام 1952 وبأسلوب الحصر الشامل من خلال مراجعة (14040) عدداً من هذه الصحف استطاع الباحث استخراج (93) مقالاً افتتاحياً عن هذا الموضوع. وقد اعتمد الباحث على أسلوب تحليل المضمون لكونه انسب الطرق العلمية لتحقيق هدف الكشف عن موقف صحافة الأحزاب العراقية العلنية من النشاط الصهيوني في العراق. وقد بدا ذلك واضحاً من خلال النتائج التي ظهرت في فصول البحث حيث استطاع الباحث عن طريق جمع التكرارات التوصل إلى نتائج معينة.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص425.

مثال تطبيقي لنموذج استمارة تحليل المضمون

استمارة تحليل المضمون خاصة بلجنة تحكيم صدق الاستمارة

الأستاذ الدكتور   المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

بالنظر للمكانة العلمية التي تتمتعون بها أضع بين يديكم استمارة تحليل المضمون الصحفي التي تم إعدادها في سياق الدراسة التحليلية للبحث الذي أقوم بإعداده تحت عنوان: (دور الصحف العراقية اليومية في معالجة قضايا الجريمة: دراسة تحليلية وميدانية) والذي يهدف إلى التعرف على طبيعة المعالجة الصحفية لقضايا الجريمة في الصحف العراقية اليومية (صحيفة الصباح إنموذجاً)، والعوامل المؤثرة عليها، والوقوف على الهدف من نشرها.

لذا يأمل الباحث من سيادتكم التأكد من مدى قدرة الاستمارة الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق الهدف المنشود، شاكراً لكم تكرمكم بتحكيم استمارة تحليل المضمون وتعريفاتها الإجرائية.

وتقبلوا بالغ تقديري واحترامي.

الباحث

المرفقات:

- أهداف وتساؤلات الدراسة التحليلية.
- استمارة تحليل المضمون التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون.

أولا: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على طبيعة المعالجة الصحفية لقضايا الجريمة في الصحف العراقية اليومية بالتطبيق على صحيفة الصباح إنموذجاً، والعوامل المؤثرة عليها ويندرج ضمن هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية هي:

أ- أهداف خاصة بتحليل المضمون:

1- الكشف عن أنواع الجرائم التي تحظى باهتمام صحيفة الصباح، وأولويات اهتمامها بها.
2- التعرف على السمات والصفات العامة لمرتكبي الجريمة في الجرائم المنشورة في صحيفة الصباح.
3- التعرف على الدوافع والأهداف الكامنة وراء نشر قضايا الجريمة في صحيفة الصباح.
4- التعرف على الأساليب التي استخدمت في عرض قضايا الجريمة في صحيفة الصباح.
5- الوقوف على كيفية معالجة صحيفة الصباح لقضايا الجريمة، وإرشادها إلى أساليب المعالجة الصحيحة
6- التعرف على المصادر الإعلامية لقضايا الجريمة في صحيفة الصباح.
7- التعرف على التوزيع الجغرافي لمواد الجريمة المنشورة في صحيفة الصباح.
8- الوقوف على الفنون الصحفية التي استخدمت لعرض قضايا الجريمة في صحيفة الصباح.
9- التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف في المعالجة والتناول لقضايا الجريمة في صحيفة الصباح.

ب-الأهداف الخاصة بالقائم بالاتصال:

1- الكشف عن أهداف القائمين بالاتصال من نشرهم قضايا الجريمة، وتوجيههم للقواعد المثلى في تناولها.
2- التعرف على أسباب انعدام صفحات متخصصة في شئون المحاكم والقضاء تسهم في توعية المواطنين بأنواع العقاب التي تقع على مرتكبي الجرائم على اختلاف أنواعها، كما تتناول الأثر السلبي على المجتمع من وجهات نظر خبراء ومسؤولين.
3- التعرف على الخلفيات الحقيقية(دوافع وأهداف) لنشر مواد الجريمة في صحيفة الصباح، وأسباب اعتمادها الخبر دون الفنون الصحفية الأخرى في نشر مواد الجريمة.
4- التعرف على المبادئ الأخلاقية والقيم التي ينطلق من خلالها القائم بالاتصال لتناول قضايا الجريمة.

5- التعرف على الوظائف الإعلامية التي تسعى صحيفة الصباح لتحقيقها من نشر قضايا الجريمة.

6- تبصير القائمين بالاتصال بأساليب المعالجة الصحفية المثلى في تناول قضايا الجريمة.

ثانياً: تساؤلات البحث:

أ-تساؤلات خاصة بتحليل المضمون:

1- تم بلورة أهداف الدراسة في التساؤل الرئيسي: كيف عالجت صحيفة الصباح قضايا الجريمة وما طبيعة معالجتها لها؟ وانبثق عنه مجموعة من التساؤلات هي:

2- ما مدى اهتمام صحيفة الصباح بقضايا الجريمة؟

3- ما أنواع القضايا التي يتم التركيز عليها؟ وما أولويات اهتمام صحيفة الصباح بها؟

4- ما الهدف من نشر قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

5- ما الأساليب التي استخدمت في عرض قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

6- ما الصفات التي أضفتها صحيفة الصباح على المجرمين؟

7- ما الدوافع الكامنة التي دفعت المجرم لارتكاب الجريمة المتداولة في صحيفة الصباح؟

8- ما السمات العامة لمرتكبي الجريمة في الجرائم المنشورة في صحيفة الصباح؟

9- ما مدى قانونية نشر أخبار الجريمة في صحيفة الصباح؟

10- ما المصادر التي اعتمدت عليها صحيفة الصباح في استقاء مادتها؟

11- ما النطاق الجغرافي لمعالجة لقضايا الجريمة المنشورة في صحيفة الصباح؟

12- ما الفنون الصحفية المستخدمة لعرض قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

13- في أي الصفحات نشرت قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

14- ما العناصر التيبوغرافية المستخدمة في صحيفة الصباح لإبراز قضايا الجريمة؟

15- ما أنواع قضايا الجريمة التي أبرزتها صحيفة الصباح وكان لها النصيب الأكبر من العناوين والصور؟

16- ما طبيعة العلاقة بين أنواع قضايا الجريمة في صحيفة الصباح والهدف من نشرها؟

17- ما طبيعة العلاقة بين أنواع قضايا الجريمة في صحيفة الصباح والأساليب التي استخدمت في عرضها؟

18- ما طبيعة العلاقة بين أنواع قضايا الجريمة في صحيفة الصباح ومكان نشرها؟

19- ما أوجه الاتفاق والاختلاف في معالجة صحيفة الصباح لقضايا الجريمة؟

ب-تساؤلات خاصة بالقائم بالاتصال:

1- ما أهداف القائم بالاتصال من نشر قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

2- ما الأساليب الصحفية المتبعة لنشر مواد الجريمة في صحيفة الصباح؟

3- ما القيم والمعاير التي تنتهجها صحيفة الصباح لمعالجة ونشر قضايا الجريمة؟

4- ما الوظائف التي يعمد لتحقيقها القائم بالاتصال من خلال تناول مواد الجريمة في صحيفة الصباح؟

5- هل توجد أقسام خاصة وصحفيين متخصصين لتناول قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

ثالثا: فئات تحليل المضمون:

(أ) فئات المضمون (ماذا قيل):

وإجابة هذا السؤل تتناول مادة المحتوى والأفكار والمعاني التي يحتويها، واشتملت على مجموعة من الفئات الفرعية هي:

1- فئة أنواع الجرائم: وهي الفئة التي تبحث في أنواع الجرائم التي تناولتها صحيفة الصباح مثل[1]:

1/1 جرائم ضد الممتلكات: السرقة والحريق المتعمد، والتخريب المتعمد للدور السكنية.

2/1 جرائم ضد الأفراد: القتل والضرب وهتك العرض.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص331.

3/1 جرائم ضد النظام العام: كجرائم أمن الدولة وإشاعة الفوضى والتخريب.

4/1 جرائم ضد الأسرة: الخيانة الزوجية وإهمال الأطفال.

5/1 جرائم ضد الدين: الاعتداء على أماكن العبادة.

6/1 جرائم عامة ضد الأخلاق: كالأفعال الفاضحة والخادشة للحياء العام.

7/1 جرائم ضد المصادر الحيوية: مثل هدر المال العام.

8/1 الجرائم المعلوماتية: وهي الجرائم المقصود بها اقتحام أنظمة الحاسب الآلي المملوكة للآخرين وكذلك استخدام الحاسوب لممارسة أنشطة غير قانونية. مثل سرقة البيانات والمعلومات، تعديل البيانات، سرقة البرامج وإجراءات التشغيل وغيرها.

9/1 جرائم أخرى: وهي جرائم خلاف ما ذكر.

2- **فئة الهدف من النشر: وهي تهدف التعرف على الأهداف التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها من وراء نشر أخبار وقضايا الجريمة في صحيفة الصباح، وقد تم تقسيمها إلى:**

1/2 هدف الإثارة والتشويق: وهي تهدف للتركيز على جوانب غريبة وشاذة تكسر رتابة الأشياء المألوفة في الحياة، وتخرج عن إطار النظام القيمي في المجتمع.

2/2 هدف وقائي علاجي: الوقاية من الجريمة هي عملية منع تكوين ونمو الشخصية الإجرامية وبروز سلوك مضاد للمجتمع، وذلك بإيجاد الطرق والأساليب التي من شأنها تجنب الظروف والعوامل الاجتماعية والاقتصادية التي تشكل أسباباً تساعد وتسهل وتشجع على ارتكاب الجريمة.

3/2 هدف الإعلام والإخبار: وهنا المقصود الاكتفاء بتقديم الخبر دون تفسير وتحليل، حيث يقتصر دور الصحيفة بالإعلام والإخبار.

4/2 أخرى: وهي تلك الأدوار التي لم ترد فيما سبق.

3- **فئة أساليب عرض المادة: هذه الفئة تسعى للتعرف على الأساليب المتبعة لعرض المادة وهل تعمد صحيفة الصباح لتدعيم المادة بالتفاصيل أم تكتفي بنقلها دون تفاصيل ومن ثم تم تقسيم هذه الفئة إلى:**

1/3 عرض المادة بالتفاصيل كاملة: تقديم المادة الصحفية بتنأول الجريمة منذ قيامها حتى النهاية، مع ذكر المجرم ودوافعه والضحية والطريقة والأسلوب الذي تمت به الجريمة وصولا لكيفية الكشف عن الجريمة.

2/3 عرض المادة دون تفاصيل: تقديم خبر عن الجريمة يتنأول الإجابة عن بعض الأسئلة الستة دون تفاصيل.

3/3 عرض المادة مع بعض التفاصيل: تقديم المادة الصحفية بتقديم بعض تفاصيل الجريمة، دون الخوض في كافة التفاصيل والمعني تقديم المادة مع ذكر بعض أحداثها.

4- **فئة الصفات: وهي مجموعة الصفات التي تضفيها صحيفة الصباح على المجرم وتم تقسيمها إلى:**

1/4 صفات البطولة: هي مجموعة من الأوصاف الإيجابية التي تطلق على المجرم مثل الشجاع القوي.

2/4 صفات منفرة: مجموعة من الأوصاف السلبية التي تطلق على المجرم كالقاتل السارق لا يخاف الله.

3/4 بدون صفات: وهي تقديم المادة الصحفية بدن إضفاء أي صفة على المجرم سواء بالسلب أو الإيجاب.

5- **فئة الدوافع: هي مجموعة الأسباب والعوامل التي دفعت المجرم لارتكاب الجريمة وهي:**

1/5 دوافع ذاتية: وهي دوافع خاصة بالمجرم ترتبط بتركيبه الجسدي والنفسي، كالمرض العقلي أو تناول المواد الكحولية والمخدرة وتناول العقاقير المؤثرة على العقل.

2/5 دوافع اجتماعية: وهي مجموع من العوامل التي ترتبط بطبيعة المجرم الاجتماعية والتي دفعته للسلوك الغير سوي، كالأسرة والأصدقاء والعادات والتقاليد مثل قتل الشرف.

3/5 دوافع سياسية: وهي مجموعة الظروف السياسية التي تعيشها الدولة التي ينتمي لها

المجرم والتي تدفعه لهذا السلوك وترتبط الظروف السياسية بالحروب والإغلاق والفتن.

4/5 دوافع اقتصادية: وهي مجموعة من العوامل التي تساهم في التدهور الاقتصادي للبلاد تساهم في ارتفاع نسبة الجريمة مثل الفقر والبطالة وغيرها.

5/5 أخرى: هي العوامل والظروف التي لم يتم إدراجها مع الظروف والعوامل السابقة.

6- **فئة السمات العامة: ويطلق عليها أحياناً فئة القدرات وهي التي تصف الخصائص الشخصية، وأهم السمات السيكولوجية، وبعض الأساليب الوصفية التي تسعى لوصف سمات الأفراد المتضمنين في الاتصال وخصائصهم.**

1/6 العمر: أحداث (من الطفولة حتى الثامنة عشر)، الشباب ، الرجولة، الكهولة.

2/6 الجنس: ذكر أنثى.

3/6 الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج.

7- **فئة مدى قانونية النشر: وهذه الفئة تهدف إلى التعرف على مدى قانونية نشر أخبار الجريمة في صحف الدراسة من عدمه، وقد تم تقسيمها إلى:**

1/7 النشر بدون حكم قضائي: هي تلك القضايا التي تم نشرها بدون حكم قضائي صادر بحق الجاني سواء بالعفو أو العقوبة.

2/7 النشر بحكم قضائي: هي تلك القضايا التي تم نشرها مدعمة بحكم قضائي صادر من المحكمة بحق الجاني.

8- **فئة المصادر الإعلامية: وهي المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها صحيفة الصباح سواء كانت مصادر الصحيفة الداخلية أو الخارجية وهي كالآتي:**

1/8 المصادر الذاتية: وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الصحيفة على هيئة تحريرها في الحصول على الأخبار مثل المندوب والمراسل، وهما:

1/1/8 المندوب الصحفي: هو الصحفي الذي تقوم الصحيفة بتسميته لتمثيلها في جهة ما أو قطاع أو وزارة لتزويدها بالأخبار ويكون في نفس منطقة إصدار الصحيفة.

2/1/8 المراسل: المراسل مندوب الجريدة أو المؤسسة الإعلامية بصفة عامة خارج المدينة التي تصدر فيها الصحيفة أو تمل فيها المؤسسة الإعلامية، بصرف النظر إذا ما كانت هذه المدينة داخل الدولة أو دولة أخرى، وينقسم لنوعين.

- المراسل الداخلي: وهو مندوب الصحيفة الدائم والثابت داخل أرض الوطن أو الدولة لكنه خارج نفس المكان الذي تصدر فيه الصحيفة أي في مدينة أخرى.
- المراسل الخارجي: هو الذي يعمل خارج أرض الوطن، حيث يراسل صحيفته من دولة أخرى في الخارج.

2/8 المصادر الخارجية وتنقسم إلى:

1/2/8 وكالات الأنباء: تعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم، وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية ليس بإمكان أي صحيفة الحصول عليها بمصادرها الذاتية، وتنقسم إلى:

أ- وكالات الأنباء العالمية: وهي التي تقوم بتغطية أهم العواصم والمدن الرئيسية لكبرى ومناطق الأحداث الساخنة في العالم بشبكة واسعة من المراسلين والمكاتب، نظراً لما يكلفه هذا من أموال وإمكانيات لا يمكن أن تتحملها الصحف أو محطات الإذاعة وهي: رويترز، أسوشيتدبرس، واليونايتيدبرس انترناشونال، ووكالة الأنباء الفرنسية.

ب- وكالات أنباء خاصة: وهي وكالات خاصة مملوكة لأفراد أو جماعات تعمل في بعض البلدان وليس لها القدرة على مجاراة وكالات الأنباء الوطنية حيث أنها تتخصص في الحصول على تصريحات المسئولين من خلال مقابلات صحفية تجريها معهم حول القضايا المثارة وكذلك الحصول على مذكرات الشخصيات التاريخية والهامة ثم تعرضها للنشر وهي مثل: وكالة أنباء المدى.

ج- وكالات الأنباء المحلية: وهي وكالات الأنباء التي تهتم بتغطية الأخبار على الصعيد المحلي للعراق وهذا لا ينفي اهتمامها بالشئون الدولية، وتكون تابعة للنظام الرسمي في الدولة، وتعكس رأي الحكومة والتيار السياسي الذي على دفة الحكم، وفي أغلب الأحيان يكون طاقمها العامل فيها من داخل الدولة، مثل شبكة الإعلام العراقي.

2/2/8 المواقع الالكترونية: هي المواقع التي تنشر موادها الإخبارية والعامة على شبكة الانترنت، مثل الجزيرة نت، والعربية نت.

3/2/8 الصحف المحلية والأجنبية: وهي الموضوعات التي تنقلها صحف الدراسة عن صحف محلية أو عربية أو أجنبية.

4/2/8 مصادر أخرى: وهي مصادر أخرى خلاف ما ذكر.

5/2/8 بدون: وهي تلك التي لم يذكر مصدرها.

9- فئة التغطية الجغرافية: ويقصد بها المنطقة الجغرافية التي تنتمي إليها الجريمة وتم تقسيمها:

1/9 محلية: وهي الأخبار التي تقع في العراق الذي تصدر فيه صحيفة الصباح.

2/9 عربية: هي الأخبار التي تقع في المنطقة العربية.

3/9 دولية: هي أخبار الجريمة والقضايا التي تقع خارج الدولة التي تصدر فيها الصحيفة وخارج الدول العربية.

(ب) فئات الشكل (كيف قيل):

وهي مجموعة الفئات التي تصف كيفية وأسلوب تقديم أو عرض المحتوى وتهتم بالإجابة على السؤال كيف قيل؟ [1] واشتملت على مجموعة من الفئات الفرعية هي:

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 331.

10- **فئة الفنون الصحفية: هي الفنون الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة الصباح في عرض قضايا الجريمة، واشتملت على مجموعة من الفئات الفرعية هي:**

1/10 الخبر: أبسط الأشكال الصحفية وهو عبارة عن تقرير يضفي دقة وموضوعية على حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس أكبر عدد من القراء، وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته.

2/10 القصة الخبرية: هي التقارير الآنية السريعة عن الأحداث المهمة، وتحتوي على تفاصيل الحدث وكل جوانبه التي يلخصها خبراء الصحافة في الإجابة على الأسئلة الستة الآتية: من؟ متى؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟ أين؟ ولا تترك جانباً لخبر لا تجيب عنه.

3/10 التقرير: الفن الذي يقوم على المعلومات والمعارف حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية، ويقع ما بين الخبر والتحقيق، ولا يستوعب جميع الجوانب الرئيسية في الحدث، ويمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان والظروف المرتبطة بالحدث ويسمح بإبراز الآراء الشخصية للمحرر.

4/10 الحديث الصحفي: فن يقوم على الحوار بين الصحفي والشخصية أو عدة شخصيات، بهدف الحصول على أخبار أو معلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير مواقف طريفة في حياة الشخصية.

5/10 التحقيق: فن يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق.

6/10 المقال: هو إنشاء متوسط الطول يكتب نثراً عادة ويعالج موضوعاً بعينه بطريقة بسيطة وموجزة على أن يلتزم الكاتب بحدود هذا الموضوع ويكتب عنه من وجهة نظره هو.

7/10 الكاريكاتير: فن ساخر يعتمد الرسم الحر والمبالغة الفنية الساخرة لنقد الظواهر الاجتماعية والسياسية أو الشخصية التي تنال من حياة الإنسان، وهي عملية تحويل الأفكار لرموز مكتوبة ومفهومة بقصد لفت الانتباه الأمور المحمودة لدعمها والسلبية لمعالجتها.

11- فئة الموقع: وهي دراسة موقع المادة موضع التحليل في الوسيلة الإعلامية ومقارنتها بالأهمية النسبية لكل موقع طبقاً، للتعرف على الأهمية الخاصة بكل منها.

1/11 أولى: وهي الصفحة الأولى من الصحيفة الواجهة، وتضم أهم الأخبار إضافة للرأي السياسي (الافتتاحية).

2/11 داخلية: تختلف عن الصفحة الأولى بإمكانية المزاوجة ما بين الخبر والموضوع، وهي تمتد بين الصفحة الأولى والأخيرة.

3/11 أخيرة:

12- فئة المساحة: وهي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو الكتاب للمضمون موضع التحليل، حيث يشير عنصر الحجم لمدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، بحيث كلما زادت المساحة والوقت كان ذلك دليلاً على زيادة الاهتمام.

13- فئة العناصر التيبوغرافية: وهي الفئة التي تبحث في الوسائل التي اتبعت لإبراز مواد الجريمة من صور أو خطوط، وإطارات، وعناوين بأنواعها المختلفة، وتم تقسيمها كالآتي:

1/13 العناوين: وتنقسم إلى:

1/13 العريض: وهو العنوان الذي يكون منشوراً في الصفحات الداخلية على عرض الصفحة نظراً لأهمية الموضوع.

2/13 العنوان الممتد: هو العنوان الذي يزيد طوله عن عمود، ولا يصل لعرض الصفحة مثل العنوان العريض.

3/13 العنوان العمودي: هو العنوان الذي ينشر على عمود واحد ويكون مقاس حرفه أكبر من مقاس حرف المتن.

2/13 الإطارات: وهي مساحة منتظمة الشكل، أضلاعها فواصل وأسيجة تحيط بالموضوع تحيط بمادة مطبوعة أو على عمود أو أكثر وتفصلها عن سائر المواد.

3/13 الألوان: وهي تلك التأثيرات الطباعية غير السوداء التي تكتسبها الألوان الطباعية المستخدمة في بناء وحدات الصفحة.

4/13 الأرضيات: لإبراز بعض الوحدات الطباعية يستخدم المخرجون أرضيات غير بيضاء تطبع عليها الحروف أو تفرغ منها.

5/13 الصور: تعد الصورة من أهم العناصر الطباعية، وذلك لقدرتها التأثيرية ومعانيها المهمة التي تحملها للقراء، وتم تقسيمها إلى:

1/5/13 الصور الخبرية المستقلة: وتتسم بتقديم خدمات إخبارية كاملة مع اعتمادها على كلمات قليلة لشرح المعاني غير الظاهرة في الصورة، وتنشر على مساحة كبيرة.

2/5/13 الصور الموضوعية: وهي تتصل بما تحمله الوحدات الطباعية من معنى وتعبر عن لحظات وقوع الحدث.

3/5/13 الصورة الشخصية: وهي الصور التي تتعلق بالشخصيات ذات العلاقة بالمادة التحريرية المنشورة وتنشر على عمود واحد أو عمودين.

6/13 الرسوم: الصور التي تشمل على خطوط وبها تدرجات ظلية خفيفة، ويتم رسم هذه الخطوط باستخدام حبر أسود قوي على ورق سطحه ناصع، لإحداث قدر عال من التباين بين الخطوط الأرضية، وهي من أقدم العناصر المستخدمة في الصحافة، وهي تشمل على:

1/6/13 الرسوم الشخصية اليدوية: وهي الرسوم اليدوية للشخصيات المتضمنة في الوحدات التحريرية المنشورة، مثل بعض الشخصيات التاريخية، أو بعض الرؤساء والمشاهير.

2/6/13 الصور التوضيحية: وهي الرسوم التي تساعد على إيضاح المعلومات المعقدة والمطولة، أو التعبير عن الأرقام والمؤشرات المختلفة.

3/6/13 الرسوم التعبيرية: وتستخدم هذه الرسوم في التأثير على القارئ بالتعبير عن الانفعالات النفسية، ومن ثم يكثر استخدامها عادة مع الموضوعات الأدبية كالقصص والشعر وصفحات الفن والجريمة.

4/6/13 الرسوم الساخرة: وهي الرسوم التي تحاول أن تقدم بعض الوقائع بطريقة ساخرة تتسم بالمبالغة، وذلك لإثارة القراء تجاه الحدث، أو حشد الآراء لوجهة نظر بعينها، كما تستخدم للتنفيس عن القراء بالسخرية من الأوضاع غير السوية في المجتمع.

استمارة تحليل المضمون

دور صحيفة الصباح في معالجة قضايا الجريمة

العدد.....................   التاريخ..............

	فئة أنواع الجرائم																							
الصفحة	جرائم ضد الممتلكات			جرائم ضد الأفراد				جرائم ضد الأسرة			جرائم ضد الدين			جرائم ضد المصادر الحيوية			جرائم ضد النظام العام				جرائم ضد الأخلاق			جرائم معلوماتية
	السرقة	الحريق	أغذية فاسدة	القتل	الضرب	شجارات عائلية	إساءة استخدام السلاح	الخيانة الزوجية	إهمال الأطفال	قتل الشرف	منع العبادة	اعتداء على أماكن العبادة	إساءة للمعتقدات الدينية	الصيد الجائر	هدر المال العام	انتهاك للبيئة	عمالة	إثارة الفتن	إشاعة الفوضى	التخريب	المخدرات	الدعارة	سفاح القربى	

استمارة تحليل المضمون

دور صحيفة الصباح في معالجة قضايا الجريمة

العدد.......................   التاريخ..............

الصفحة	فئة الهدف من النشر			فئة أساليب عرض المادة			فئة قانونية النشر		فئة الدوافع					فئة صفات المجرم		
	إثارة وتشويق	إعلام وإخبار	وقاية وعلاج	عرض المادة بدون تفاصيل	عرض المادة مع بعض التفاصيل	بكامل التفاصيل	النشر بدون حكم قضائي	النشر بحكم قضائي	دوافع ذاتية	دوافع اجتماعية	دوافع اقتصادية	دوافع سياسية	أخرى	البطولة	منفرة	بدون صفات

استمارة تحليل المضمون

دور صحيفة الصباح في معالجة قضايا الجريمة

العدد.......................   التاريخ..............

الصفحة	فئة السمات											فئة المصادر									
	العمر				النوع		الجنسية			الحالة الاجتماعية		مصادر ذاتية			مصادر خارجية						
															وكالات أنباء						
	طفل	مراهق	رجل	كبير السن	ذكر	أنثى	فلسطيني	عربي	أجنبي	أعزب	متزوج	مندوب	مراسل داخلي	مراسل خارجي	وكالات أنباء عالمية	وكالات أنباء خاصة	وكالات أنباء محلية	مواقع الكترونية	صحف محلية وأجنبية	مصادر أخرى	بدون

استمارة تحليل المضمون

دور صحيفة الصباح في معالجة قضايا الجريمة

العدد.....................   التاريخ..............

الصفحة	فئة التغطية الجغرافية			فئة الفنون الصحفية							فئة الموقع		
	محلية	عربية	دولية	الخبر	القصة الخبرية	تقرير	حديث	مقال	تحقيق	كاريكاتير	الأولى	الداخلية	الأخيرة

استمارة تحليل المضمون

دور صحيفة الصباح في معالجة قضايا الجريمة

العدد.....................   التاريخ..............

الصفحة	فئة المساحة	فئة العناصر التيبوغرافية												
		العناأوين			إطارات	ألوان	أرضيات	الصور						
		العريض	الممتد	العمودي				خبرية مستقلة	صور موضوعية	صور شخصية	رسوم شخصية يدوية	صور توضيحية	رسوم تعبيرية	رسوم ساخرة

الدكتور الفاضل/ الأستاذ الفاضل:

يضع الباحث بين يديك استمارة المقابلة التي أعدها في سياق دراسة القائمين بالاتصال لبحثه الموسوم: (دور الصحف العراقية اليومية في معالجة أخبار الجريمة دراسة تحليلية وميدانية).

محاور المقابلة: تم تقسيم المقابلة لثلاث محاور هي:

- **المحور الأول: محور أساليب وأهداف القائم بالاتصال في صحيفة الصباح من نشر قضايا الجريمة.**

1- ما أهداف القائم بالاتصال من نشر قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

2- ما الأساليب الصحفية التي يتبعها القائم بالاتصال لنشر مواد الجريمة في صحيفة الصباح؟

3- هل هناك عوامل مؤثرة في انتقاء قضايا الجريمة التي يتم نشرها في صحيفة الصباح؟

- **المحور الثاني: محور المعايير والقيم والوظائف التي يسعى القائم بالاتصال لتحقيقها من خلال تناول قضايا الجريمة في صحيفة الصباح.**

1- ما المعايير والقيم التي تنتهجها صحيفة الصباح لمعالجة ونشر قضايا الجريمة؟

2- ما القيم التي تقوم عليها صحيفة الصباح لاختيار ومعالجة قضايا الجريمة المراد نشرها؟

3- ما الوظائف التي يعمد لتحقيقها القائم بالاتصال من خلال تناول قضايا الجريمة؟

- **المحور الثالث: محور التخصص في تناول ونشر قضايا الجريمة.**

1- هل توجد أقسام خاصة بالجريمة في صحيفة الصباح وإن لم يوجد ما هي الأسباب؟

2- هل يوجد صحفيين متخصصين في الجريمة والقانون في صحيفة الصباح؟

3- هل توجد أبواب أو صفحات متخصصة بتناول قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

4- ما هي صفات الصحفي الذي يتناول قضايا الجريمة في صحيفة الصباح؟

5- ما هي أبرز المصادر التي تعتمدون عليها في استقاء موادكم الخبرية الخاصة بالجريمة؟

اختبارات الصدق والثبات

تمثل العلاقة بين صدق الاختبار وثباته وجهان لشيء واحد هو مدى صلاحية ذلك الاختبار في أن يقيس ما وضع لقياسه وفي إعطائه نتائج متماثلة، إذ يفترض في الاختبار أن يكون صادقاً وثابتاً، ولذا يفترض أن تكون العلاقة بين كل منهما علاقة ارتباطية عالية بحيث يمكن الاعتماد على هذه الصورة في التفسير والتعميم. وهناك مجموعة من العوامل تؤثر في صدق الاختبار وثباته منها تلك العوامل المتعلقة بالاختبار نفسه من حيث لغته، وإجراءات تطبيقه وتصحيحه، وصياغة فقراته، وسهولة تلك الفقرات أو صعوبتها، وطول الاختبار أو قصره[1]. ولذلك يقوم الباحث بإجراء عدد من الاختبارات التي تجعله يتأكد من هذه الأمور حتى يطمئن إلى أن المقياس أو الأداة قد تجاوز إلى حد كبير الأخطاء الخاصة بالتصميم والتطبيق التي تؤثر في صلاحية المقياس أو الأداة ودقتها. ويكاد يجمع الخبراء والباحثون على صعوبة تجاوز هذه الأخطاء تجاوزاً مطلقاً، ولكن الممكن هو تقليل قدر الخطأ بنسبة كبيرة بحيث يطمئن الباحث إلى دقة النتائج والثقة فيها[2].

ويعد الاستبيان أحد وسائل البحث العلمي الذي يسعى للحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الجمهور أو ميولهم أو اتجاهاتهم. وتتألف استمارة الاستبيان من استمارة تحتوي على مجموعة من الفقرات يقوم كل مشارك بالإجابة عليها بنفسه دون مساعدة أو تدخل من احد، وذلك بعد صياغتها من قبل الباحث صياغة واضحة وسهلة وقصيرة. وهناك عدد من المعايير الهامة التي ينبغي للباحث أن يسترشد بها عند إجراء دراسته وتطبيقه للاستبيان ومنها: أن يتوفر لأداة البحث وهي الاستبانة درجة مناسبة ومقبولة من شروط الصدق والثبات والموضوعية ،أي تكون أداة البحث (الاستبانة)

(1) فاروق الروسان: أساليب القياس والتشخيص في التربية الخاصة، ط 1، عمان،،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1978، ص60.

(2) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص609.

مقننة[1]. فالاختبار الصادق (الصحيح) هو الذي يقيس ما أعد من أجل قياسه فعلاً، أي يقيس الوظيفة التي أعد لقياسها، ولا يقيس شيء مختلف، والصدق في هذا الإطار يعني إلى أي مدى أو إلى أي درجة يستطيع هذا الاختبار قياس ما قصد أن يقاس به.

الصدق في البحث:

ويقصد به: هو أن تؤدي وتقيس أسئلة الاستبانة ما وضع لقياسه فعلاً ، ويقصد وضوح الاستبانة وفقراتها ومفرداتها ومفهومة لمن سوف تشملهم الاستبانة وكذلك تكون صالحة للتحليل الإحصائي. والصدق له تعريفات كثيرة منها: أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه، ومنها: أن يعكس الاستبيان المحتوى المراد قياسه وفقاً لأوزانه النسبية، ويعني الصدق بصفة عامة أن السؤال أو العبارة الموجودة في الاستبيان، تقيس ما يفترض البحث قياسه بالفعل.

وللتأكُّد من صدق الأداة، هناك عدة أساليب أيسرها هو صدق المُحكِّمين، على اعتبار أن المحكم شخص مختص في هذا المجال، ويمكنه أن يحكم بها إذا كانت الأسئلة الموضوعة في الاستبيان تقيس فعلاً ما وضعت لقياسه؛ ولهذا يمكن أن يشير الباحث في رسالته إلى أنه قد استخدم صدق المحكمين كطريقة في تقدير صدق أداة الرسالة، ويجب الإشارة هنا إلى أن المحكم لا يقيس صدق الأداة أو ثباتها، وإنما يقدر ذلك تقديراً. ويعدُّ صدق المحكمين أو استطلاع آراء المحكمين الخبراء من أكثر طرق الصدق شيوعاً وسهولة، وأشهرها استخداماً لدى الباحثين، ولكنها ليست دقيقة؛ لأن بعض المحكمين قد لا يكون مخلصاً أميناً في تحكيم الاستبيان، وصدق المحكمين هو أن يختار الباحث عدداً من المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، ويطلب منهم تصحيح الفقرات أو الحكم عليها بأنها مرتبطة بالبعد الذي تقيسه أم غير مرتبطة.

---

(1) عبدالحميد جابر وخيري احمد كاظم: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط 2، القاهرة،،دار النهضة العربية، 1978، ص432.

وهناك سبعة أنواع من الصدق هي:

1- الصدق الظاهري: إذا كان مظهر الأداة يدل على قياس ما وضعت لقياسه.

2- صدق المحتوى: إذا كان محتوى الأداة يقيس أبعاد ومفاهيم الدراسة، ومن طرق قياسه معاملات الارتباط.

3- صدق المفهوم: يتعلق بالبناء المفاهيمي أي: أن تقيس الأداة المفهوم موضوع الدراسة.

4- الصدق العاملي: يهتم بتحليل الصفة المقاسة إلى عناصر لمعرفة مدى قياسها للصفة المقاسة.

5- صدق المحك: يعني مدى ارتباط المقياس مع معيار محدد (محك)، فيكون الاختبار ناجحاً إذا كان المحك صادقاً في الكشف عما جاء به المحك.

6- الصدق التنبؤي: يعتمد على مدى تنبُّؤ المقياس بالواقع.

7- الصدق التلازمي: اتفاق نتائج مقياسين يقيسان نفس الصفة، وأحدهما معروف بالصدق والثبات.

الثبات في البحث:

يعرف الثبات في البحث على انه: إمكانية تكرار تطبيق الاستمارة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة. والثبات بأبسط معانيه هو المأمونية Reliability أو (مدى الاعتماد على) وهو القدرة على التكرار أو الإعادة مع تحقيق نتائج متسقة، ولا توجد صعوبة كبيرة في تحقيق الثبات فهو يعني أن الباحث يحصل عند القياس على النتائج نفسها إذا استخدم ذات الأساليب على المادة المبحوثة [1]. وهناك عدة عوامل يمكن أن تزيد من احتمالات ثبات استمارة الاستبيان، وهي على النحو الآتي:

1- زيادة عدد زيادة عدد خيارات الإجابة: يمكن زيادة عدد خيارات الإجابة من قياس

(1) ريتشارد بن (وآخرون): تحليل مضمون الإعلام ـ المنهج والتطبيقات العربية، ترجمة د. محمد ناجي الجوهر، اربد، قدسية للنشر، 1992، ص 175.

ثبات الاستبيان بدرجة أكبر، فبدلاً من قياس تفاهم الزوج والزوجة مثلاً بـ (نعم أو لا)، يمكن قياسه من خلال مقياس ذي أربع درجات؛ مثل: تفاهم تام، تفاهم بدرجة كبيره، تفاهم بدرجة قليلة، لا يوجد تفاهم إطلاقًا، أو (خمس درجات أو سبع).

2- يمكن للباحث أن يرجع إلى الأدبيات التي كتبت في نفس موضوع الدراسة، والاستعانة ببعض الاستبيانات التي أثبتت صدقية وثبات الموضوع من خلال دراسات أخرى، بدلاً من البدء من الصفر في بناء الاستمارة.

3- أن يزيد الباحث من عدد فقرات كل محور في الاستبيان، فكلما زاد عدد الفقرات زادت احتمالات ثبات المقياس، ولكن إلى درجة معينة؛ حيث تكون الإضافة بعدها غير موازية للتكلفة المقابلة لإدراج الفقرات الإضافية.

4- أن يحرص الباحث على أن تكون فقرات المقياس المراد بناؤه ذات مستوى قياس واحد؛ ذلك لأن اختلاف مستوى القياس من فقرة لأخرى، يدخل الباحث في مشكلات هو في غنى عنها.

5- يمكن للباحث أن يزيد من احتمالات ثبات المقياس باستخدام معامل ارتباط يتناسب مع طبيعة فقرات الاستبيان.

والثبات في أغلب حالاته هو معامل ارتباط، وهناك عدد من الطرق لقياسه، ومن أكثرها شيوعاً والتي يمكن من خلالها قياس الصدق والثبات، هي طريقة (كرنباخ الفا)، والتي تعتمد على الاتساق الداخلي، وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض، ومع كل الأسئلة بصفة عامة. ومن مقاييس الثبات أيضاً طريقة إعادة الاختبار، وطريقة الصورة البديلة، وأخيراً طريقة تجزئة الاختبار إلى نصفين.

ومن أيسر طرق التحقق من ثبات الاستبيان: إعادة تطبيقه، والتوصل إلى نتائج متماثلة، وهناك طرق أخرى كثيرة، ولكل طريقة عيوبها ومميزاتها، وهناك ثبات للأسئلة التي تدور حول الحقائق وثبات الأسئلة التي تدور حول الاتجاهات. ويكون التأكد من ثبات الأسئلة أو الفقرات التي تدور حول الحقائق بإجراء عدة مراجعات على فترات،

ولكن بشرط عدم تكرار نفس السؤال بنفس الطريقة، وقد يلجأ الباحث إلى صورة أخرى من صور المراجعة الداخلية؛ مثل: إدخال بنود مزيفة مثل أسماء أشياء غير موجودة، وهذا النوع من الأسئلة أو الفقرات، يساعد في الكشف عن مدى عناية واهتمام المجيبين وميولهم إلى التخمين.

ومن أكثر صور المراجعة إتقاناً كذلك هو الاقتراع النصفي والذي يتطلب من الباحث أن يقسم العينة قسمين متكافئين، ويعطي كل قسم فرعي منه صورة مختلفة تماماً من الاستبيان؛ من حيث الصياغة فقط، ثم يحسب المتوسط على أساس الإجابة الحقيقية للجماعة الفرعية. كما أن هناك حالات يمكن أن تجري من خلالها مراجعة داخلية، فإذا أجاب مبحوث مثلاً أنه قد شارك في الحرب، فالمتوقع أنه قد وصل إلى مرحلة عمرية معينة، وإذا كان من السهل علينا أن نعيد تطبيق الاستبيان على نفس المبحوثين للتأكد من الثبات، فينبغي علينا أن نعني بالفترة الزمنية التي تتخلل التطبيق في المرحلتين؛ لأنه قد يحدث هناك تغيرات حقيقية في السلوك خلال هذه الفترة تؤثر على ثبات النتائج.

الفصل الخامس

المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- المنهج الوصفي
- المنهج المسحي
- منهج دراسة العلاقات المتبادلة
- المنهج التجريبي
- المنهج التاريخي

الفصل الخامس

المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية

مقدمة

يعرف المنهج (Method) بأنه: الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة ، ويعرف البحث (Search) بأنه: مجموعة من القواعد العلمية المستعملة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم[1]. أما منهج البحث فهو: الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة[2].

(1) أ.د. عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008، ص 40.

(2) د. محمد عبدالحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 18.

ويتم اختيار منهج البحث عن طريق مشكلة البحث والتي يتم عن طريقها تحديد اتجاهات البحث أن كان تاريخياً أو وصفياً أو مسحياً أو تجريبياً[1] . ويعني منهج البحث العلمي إننا نستخدم طريقة علمية منظمة في مواجهة مشكلاتنا اليومية ومشكلاتنا العامة فيمكننا من رفع قدرتنا على حلها عبر تناول هذه المشكلات بطرق علمية مما يسهل علينا مواجهتها[2] .

ويشتمل تطبيق المنهج العلمي في دراسة مشكلة معينة على الخطوات الآتية[3]:

1- تحديد المشكلة.
2- التعبير عن المشكلة عن طريق مصطلحات مستقاة من الإطار النظري ومرتبطة بالناتج الملائم لبحوث سابقة.
3- تحديد الفرض و مجموعة الفروض، المتصلة بالمشكلة و الاستفادة من المبادئ النظرية التي تعتبر موضع اتفاق عام.
4- تحديد الإجراء الذي سوف يستخدم في جمع البيانات واختيار الفرض.
5- جمع البيانات.
6- تحليل البيانات لتحديد ما إذا كان الفرض صحيحاً أم مرفوضاً.
7- الربط بين نتائج الدراسة وبين الهيكل الأصلي للنظرية، الذي يمكن تعديله من خلال النتائج الجديدة.

---

(1) د. حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي، ج1، بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004، ص 63.

(2) ذوقان عبيدات و(آخرون): البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه، ط6، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر، 1998، ص 15.

(3) د. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص2372.

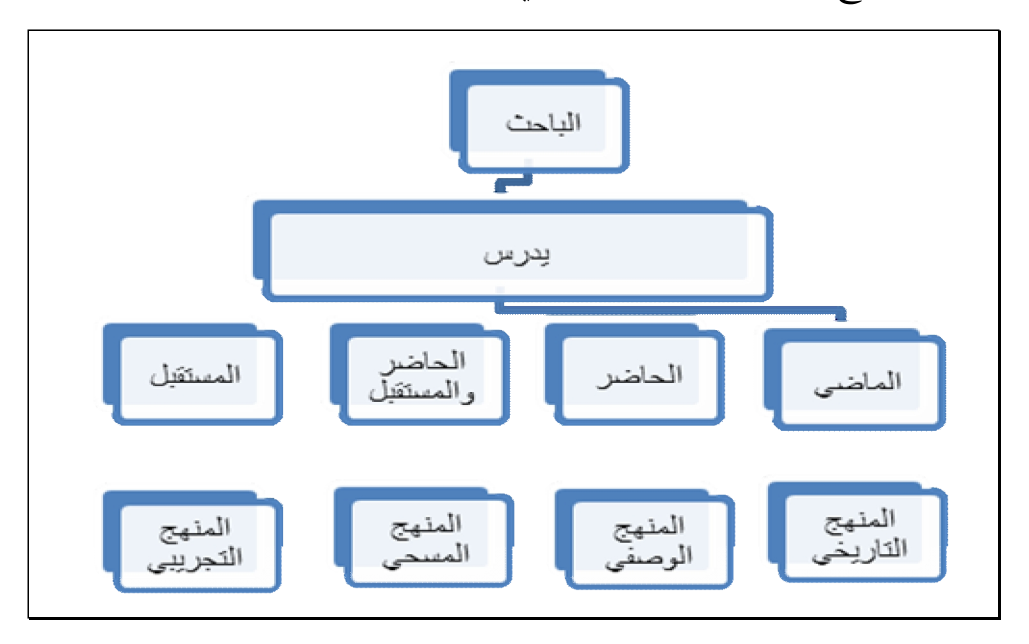
وقد اختلف علماء المنهجية في تصنيف مناهج البحث العلمي، فمنهم من يصنفها وفق البعد الزماني إلى:

1- المنهج التاريخي: الذي يطبق لدراسة حصلت في الماضي.

2- المنهج الوصفي: الذي يطبق لدراسة ظاهرة معاصرة.

3- المنهج التجريبي: الذي يطبق بهدف التوقع المستقبلي للظاهرة المدروسة.

ويصنفها علماء آخرون إلى خمسة أقسام رئيسة هي: المنهج الوصفي، المنهج الوصفي، المنهج التجريبي، أسلوب النظم، البحث الإجرائي[1]. بينما يصنفها آخرون إلى أربعة مناهج رئيسة هي: المنهج التاريخي، المنهج الوصفي، المنهج المسحي، المنهج التجريبي. ويمكن إيضاح ذلك عن طريق الشكل الآتي:[2]



(1) أ.د. عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، مصدر سابق، ص 89-90.

(2) ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي - أسسه، مناهجه، أساليبه، وإجراءاته، عمان، بيت الأفكار الدولية، (د. ت)، ص40.

ومن أهم مناهج البحث المستخدمة في البحوث والدراسات الإعلامية نجد ما يأتي:

1- المنهج الوصفي:

وهو المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من اجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها [1]. ويساعد هذا المنهج على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الإحداث أو مجموعة من الأوضاع.[2] فهناك العديد من البحوث والدراسات الإعلامية التي تقف بأهدافها عند حدود الوصف المجرد للظاهرة للإجابة عن التساؤل ماذا..؟ وكيف..؟ أي التعريف بالظاهرة والتغير فيها، أو كيف تتحرك هذه الظاهرة؟ أو كيف يتم التغير فيها؟

ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة زمنية معينة أو عدة فترات من اجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره[3]. وتستهدف البحوث الوصفية تحقيق عدد من الأهداف هي[4]:

أ – جمع المعلومات الوافية والدقيقة عن أي ظاهرة أو مجتمع أو نشاط.

ب– صياغة عدد من النتائج ممكن أن تقوم على أساسها إصلاحات اجتماعية وما يرتبط بها من أنشطة أخرى.

---

(1) عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط3، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1971، ص109.

(2) د. جمال زكي والسيد ياسين: أسس البحث الاجتماعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1962، ص 84.

(3) د. ربحي مصطفى عليان: مناهج وأساليب البحث العلمي، عمان، دار الصفا للتوزيع والنشر، 2000، ص65.

(4) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص129.

2- المنهج المسحي:

وهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها. ويشمل هذا المنهج خمس مسوحات هي[1]:

(أ) مسح الرأي العام:

ويستهدف هذا المسح التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعة معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح.

(ب) مسح جمهور وسائل الإعلام:

ويستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديد New media.

(ج) مسح وسائل الإعلام:

وهو نوع من البحوث الإعلامية التي تستهدف التعرف على شخصية وسيلة الإعلام من الجوانب المختلفة من حيث أرقام التوزيع الجغرافي وعدد أجهزة الراديو والتلفزيون المتاحة وتطورها، كذلك يتم دراسة متوسط عدد القراء أو قراءة النسخة الواحدة من كل صحيفة ومتوسط عدد مشاهدي التلفزيون، ومستمعي الراديو والأهم من ذلك أن هذه

---

(1) بسام عبد الرحمن مشاقبة: البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، عمان، دار أسامة للتوزيع والنشر، 2010، ص60- 61.

المسوحات تساعدنا في دراسة الجو النفسي الذي تهيؤه كل وسيلة إعلامية مما يؤدي إلى تقبل الأفكار والمعلومات والاتجاهات التي تتضمنها المادة الإعلامية المنشورة أو المعروضة أو المذاعة.

(د) مسح أساليب الممارسة الإعلامية:

ويعنى هذا المسح بدراسة الأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإدارتها في مختلف المجالات الإعلامية وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي الفعلي والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة باعتبار أن نجاح الجهود الإعلامية ينبني على أساس مدى فعالية الجوانب الإدارية والتنظيمية لها.

(هـ) تحليل المضمون:

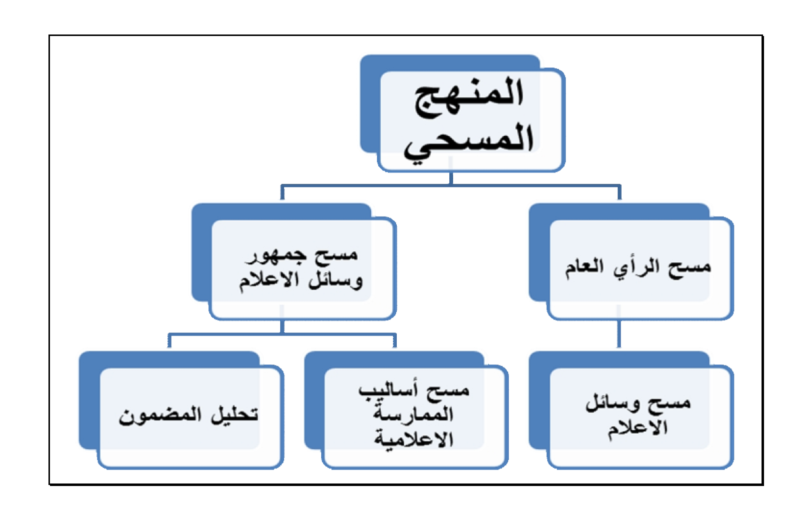
وهو أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك أما في وصف هذه المواد الاتصالية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الاتصالية، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظم(1) . ويتبعه الباحث عندما يريد تحليل الفنون الصحفية المنشورة أو تحليل نصوص إذاعية مذاعة أو نصوص تلفزيونية أو الخوض في مشكلة تتعلق بمجموعة من العاملين في مجال الصحافة يزاولون نشاطاً مهنياً(2) . ولا يتوقف هذا المسح عند حدود وصف الظاهرة التي يدرسها بل يتعدى

---

(1) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص233-ـ 234.

(2) د. نوال محمد عمر: مناهج بحث الاجتماعية والإعلامية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1986، ص 110.

ذلك إلى التحليل والتفسير والمقارنة والتقويم وصولاً إلى النتائج ثم التعبير عنها بتعبيرات كمية ونوعية للوصول إلى فهم العلاقة بين الظاهرة والظواهر الأخرى[1]. ومن احدث البحوث الإعلامية في مجال تحليل المحتوى أو المضمون هي بحوث تحليل محتوى المواقع الإعلامية. ويمكن إيضاح مسوحات المنهج الوصفي عن طريق الشكل الآتي:



3- منهج دراسة العلاقات المتبادلة:

ويشمل هذا المنهج ما يأتي:

أ) **دراسة الحالة:**

وهي من البحوث الوصفية التي غالبا ما تكون (الطريقة الوحيدة التي يمكن استخدامها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني)[2]. وتتميز بحوث دراسة الحالة بأنها أكثر قدرة على دراسة القضايا الراهنة، إذ أنها (تنصب على الحاضر

---

(1) غازي فيصل: منهجيات وطرق البحث في علم السياسة، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، 1990، ص22.

(2) ديوبولد فان دالين و(اخرون): مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة د. نبيل نوفل و(اخرون)، ط2، القاهرة، المكتبة الانجلو المصرية، 1977، ص 361.

وتتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة)[1]. وتعد المؤسسة الإعلامية المسماة (دار صحفية، محطة إذاعية، محطة تلفزيونية، موقع إخباري) وحدة واحدة يستدعي بحث دراسة الحالة وصف سياستها واتجاهاتها ونظمها الداخلية وعلاقاتها الخارجية ومصادر تمويلها... الخ، يستدعي كل ذلك الدراسة الشاملة المتعمقة والمركزة لكل هذه الجوانب للخروج بوصف كامل لكل هذه الجوانب للخروج بوصف كامل لهذه الوحدة باستخدام أدوات منهجية تتسم بالصدق والموضوعية، وهذا هو جوهر دراسة الحالة.

(ب) الدراسات السببية المقارنة:

في البحوث والدراسات الإعلامية يمكن تطبيق هذا المنهج لدراسة السلوك الاتصالي في وسائل الإعلام ومقارنته بين المجتمعات أو دراسة المعالم الثقافية المختلفة في ضوء محتوى الإعلام في تلك المجتمعات. ويُعدّ منهج السببية المقارنة نموذجاً للبحث في العلل والأسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة من خلال دراستها في واقعها الراهن، ويعكس من خلال تسمية الدراسات السببية المقارنة أو المقارنة العلية الأساليب التي تتم للبحث في الأسباب من خلال المقارنة والإجابة على السؤال لماذا...؟ في دراسة الظاهرة الإعلامية. فهذا المنهج وتصميماته المتعددة يهدف إلى البحث وراء الأسباب الكامنة لحدوث الظاهرة، من خلال مقارنة الجماعات أو المجموعات أو العينات التي تتباين في خصائصها أو سماتها أو تكرار دراستها في تعرضها لمثير معين، وبالتالي يقدم التباين في الخصائص والسمات تفسيراً للتباين في الاستجابة لمثير واحد، وبالتالي يُعدّ هذا المنهج أحد مناهج الدراسات الوصفية التي تتجاوز حدود الوصف المجرد والإجابة على الأسئلة من...؟ وماذا...؟ وكيف...؟ وراء حدوث الظاهرة في واقعها الراهن. ولا يسعى هذا المنهج إلى اختلاق الأسباب، ولكن الكشف عنها والاستدلال عن حركتها من خلال غيابها أو وجودها في الظاهرة، وتـأثيرات هذا الغياب أو الوجود في حدوث الظاهرة التي

(1) د. نوال محمد عمر: مصدر سابق، ص 110.

نهدف إلى دراستها[1]. ولهذا المنهج خصائص مميزة تتمثل في التعامل مع وحدات كبيرة مختلفة أو متشابهة، ووجود معايير للمقارنة تتسم بالصدق والثبات، وتوحيد للرموز المستخدمة في إجراء المقارنة مثل الرموز اللغوية ودلالاتها، وكذلك مقاييس الصورة والمعنى المستخدمين في القياس. أن تناول المنهج المقارن يعني في علم المناهج المقارنة بين المجتمعات المختلفة أو الثقافات في إطار معايير يجتمع لها قدر من الاتفاق والاختلاف التي تكون مجالاً للمقارنة وإصدار الأحكام حول الخصائص والسمات المقارنة بين هذه المجتمعات أو الثقافات، وليس بين الجماعات أو الفئات داخل المجتمع التي تتفق في أطر هذه المعايير والضوابط الاجتماعية التي تتخذ أساساً للمقارنة. وهذه الشروط مكملة لمنهج التحليل من حيث ضرورة إقامة مقارنة منهجية في نتائج التحليل وصولاً إلى النتائج المرضية التي يحتاجها الباحث. ويقوم هذا المنهج أساساً على مقابلة الأحداث والآراء و الموضوعات المختلفة مع بعضها البعض للكشف عما بينهما من وجوه شبه أو علاقة وصولاً إلى التفسير الصحيح وتحديد ما هو ضروري وما هو غير ضروري لاستبعاد غير الضروري وتحديد الجوانب الضرورية لأحداثها. ومن جانب آخر فإن هذا المنهج ينطوي على الحقيقة القائلة بان دراسة الموضوعات بمعزل عن بعضها البعض غير كافية في حد ذاته، لذا من اللازم أن يتسع نطاق هذا المنهج إلى المجالات الاتصالية عموماً ومجالات بحوث الإذاعة والتلفزيون خصوصاً[2].

ج) الدراسات الارتباطية:

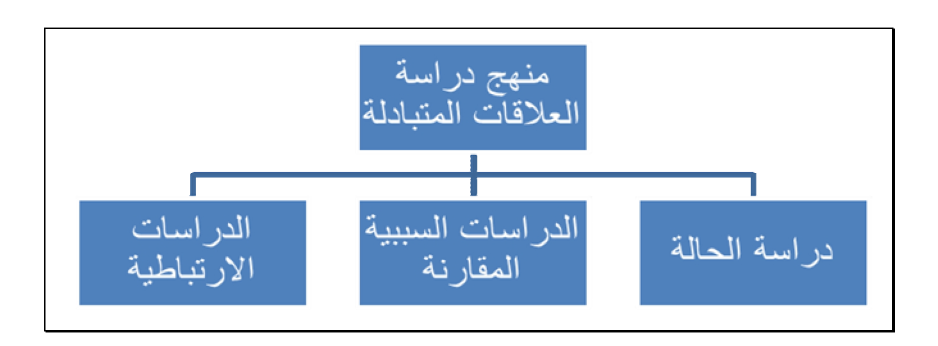
يُعدّ المنهج الارتباطي هو الطريق الذي يكشف العلاقة الارتباطية بين متغيرين أو أكثر في الدراسات الإعلامية ويعرف بأنه: المنهج الذي يهدف إلى تقرير العلاقة بين

---

(1) د. محمد عبدالحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 278 – 279.

(2) هادي نعمان إلهيتي: ملاحظات حول حدود ومجالات استخدام مناهج وطرق البحث العلمي في بحوث الإذاعة والتلفزيون في الوطن العربي، مجلة شؤون عربية (تونس)، العدد (24)، الصادر في شباط 1983، ص14.

متغيرين أو أكثر وتحديد قدر هذه العلاقة واتجاهها. فالكشف عن العلاقة الارتباطية بين مستويات توزيع الصحف ومستويات الدخول يمكن أن يفسر تأثير ارتفاع مستوى الدخول أو انخفاضها على توزيع الصحف، أو دراسة العلاقة بين مستويات ذكاء الأطفال والوقت الذي يقضيه الطفل أمام التلفزيون... وغيرها من الأمثلة التي تقدم شكلاً عن العلاقة بين متغيرين أو أكثر. كما قدمت بحوث الأجندة (ترتيب الأولويات) تطبيقاً منهجياً لهذه الدراسات، وتقدير العلاقات بين أجندة القراءة وأجندة الصحف أو وسائل الإعلام، ومدى ارتباط المتغيرات الخاصة بالتفضيل والاهتمام في بناء أجندة كل منها[1].



4- المنهج التجريبي:

يعرف المنهج التجريبي بأنه المنهج الذي يستطيع الباحث بواسطته أن يعرف أثر السبب (المتغير المستقل) على النتيجة (المتغير التابع)[2]. وهو من أكثر المناهج العلمية ملائمة لرصد الحقائق المتعلقة بدراسات الأثر والفروض العلمية الخاصة بدور وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة والغرس الثقافي والتعلم بالملاحظة... وغيرها والتي يمكن

(1) د. محمد عبدالحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 291.

(2) د. صالح بن حمد العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، شركة العبيكان للطباعة والنشر، 1989، ص 411 – 412.

اختبار مفاهيمها في العينات المختلفة من خلال التجريب والضبط التجريبي، خصوصاً في التعلم بالملاحظة. وبعد انتشار الدراسات الخاصة بالطفولة وعلاقتها بوسائل الإعلام، وما يمكن أن يقوم به الباحثون من بحوث تجريبية في رياض الأطفال والمؤسسات التعليمية للطفل؛ لقياس تأثيرات وسائل الإعلام ومحتواها مع إجراءات الضبط المنهجي في الروضة أو المدرسة وإمكانية الملاحظة والمشاهدة والتسجيل العلمي لنتائجها. ويقوم المنهج التجريبي على توافر شروط الضبط والتحكم في البيئة والتحكم في المتغيرات وطريقة قياسها والتحكم في اختيار العينات أو الجماعات أو المفردات[1]. ونظراً للصعوبات والمعوقات التي تواجه الباحثين في استخدام هذا المنهج فإن هناك بعض المآخذ عليه منها: التحيز الذي قد ينجم عن الباحث نفسه، أو من الأشخاص الذين تجري عليهم التجربة من خلال تكلفهم وابتعادهم عن سلوكهم الطبيعي، مما يؤثر عن النتائج، كذلك صعوبة التحكم في جميع المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة نظراً لصعوبة حصرها[2]. وقد تواجه الباحث في هذا المنهج عند دراسته لظاهرة إنسانية ما صعوبات أخلاقية وفنية وإدارية تعيق استخدام التجريب في البحث. ذلك أن كثيراً من الظواهر الإنسانية الجديرة بالبحث تمنع إخضاع الإنسان لبعض التجارب التي قد تؤثر عليه، كما أن دقة النتائج التي تتوصل إليها التجارب تعتمد على الأدوات التي نستخدمها والتي عادة ما تكون من صنع الباحث نفسه، أو الباحثين الذين سبقوه في التجريب، وبالتالي فإن عدم دقة هذه الأدوات يعني عدم دقة النتائج[3].

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص301 – 302.

(2) محمد زيان عمر: البحث مناهجه وتقنياته، مصدر سابق، ص108 – 111.

(3) عبد الرحمن عدس (وآخرون): البحث العلمي: مفهومه، أدواته، وأساليبه، ط3، الرياض، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005، ص329 – 330.

5- المنهج التاريخي:

ويعرف بأنه أداة البحث في المشكلات أو الظاهرات الإعلامية في بُعدها التاريخي أو هو سياق الوقائع والأحداث (وصف الماضي) ووصف الظاهرة الإعلامية وتسجيلها كما حدثت في الماضي مثل تسجيل المؤسسات والوسائل الإعلامية والبارزين فيها.

والمنهج التاريخي كما يراه علماء المنهجية ليس مجرد جمع للمعلومات من مصادرها الأساسية والثانوية، ونقدها ومن ثم ترتيبها، وإخراجها إخراجا يختلف في شكله عن الكيفية التي تم إخراجها بها في مصادرها، ولكن يتفق في مضمونه معها.

وتكمن أهمية استخدام المنهج التاريخي في أنه يمكن من خلال دراسته الأحداث الراهنة والاتجاهات المستقبلية في ضوء ما حدث في الماضي حتى يمكن بذلك تقويم ديناميكية التغيير أو التقدم أو تحقيق المزيد من الفهم للمشكلات الإعلامية المعاصرة، وامكانية التنبؤ بالمشكلات التي قد تنجم مستقبلاً، وبذلك يحقق البحث التاريخي ميزة مزدوجة من حيث الاستفادة من الماضي للتنبؤ بالمستقبل، والاستفادة من الحاضر لتفسير الماضي[1]. ومن هنا فإن المنهج التاريخي هو ما يمكن به إجابة سؤال عن الماضي بواسطة مجهود علمي كبير يبذله الباحث متمثلاً في محاولته لاستنتاج العلاقة بين الأحداث، والربط بينها، مستنداً في ذلك إلى ما يستقيه من أدلة علمية صحيحة تبرهن استنتاجه[2].

(1) د. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002، ص44.

(2) . صالح بن حمد العساف: مصدر سابق، ص281.

الفصل السادس

كتابة البحث ومراجعته

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- الاقتباس والاستشهاد والإحالات المرجعية
- توثيق النصوص الإلكترونية
- كتابة قائمة المصادر والمراجع
- نموذج تطبيقي لكتابة بحوث التخرج

الفصل السادس

كتابة البحث ومراجعته

الاقتباس والاستشهاد والإحالات المرجعية

تعتبر الاستفادة العلمية من التراث المعرفي حقاً لكل باحث، فإن حقوق الباحثين والمؤلفين على مصنفاتهم الفكرية تعد أساساً في البحث العلمي. ولذلك فإنه إذا كان من حق الباحث الاقتباس أو الاستشهاد بأعمال ونتائج الآخرين ، فإنه يجب أيضاً أن يوثق هذا الاقتباس أو الاستشهاد في نفس البحث بما يسجل لهؤلاء الآخرين حقوقهم في أعمالهم وإنتاجهم العلمي. ولذلك تظهر ضرورة الفصل بين جهد الباحث وجهد الآخرين وتميزه وضرورة إسناد الجهود إلى أصحابها بشكل منهجي. وبصفة عامة يجب أن يتجنب الباحث كثرة الاقتباسات دون مبرر، كذلك يجب أن يكون الاقتباس أو الاستشهاد هادفاً، وليس مجرد عرض لما يمكن أن يفسر على انه يعكس جهد الباحث في القراءة والاطلاع[1].

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 678.

يحتاج البحث الإعلامي في صياغته إلى طرق ممنهجة تميزه عن غيره من الفنون الأدبية والصحفية، ومن جملة هذه التقنيات طرق كتابة الهوامش التي تمثل مراجع ومصادر البحث. ويستحسن أن تكون الهوامش في أسفل الصفحة مكتوبة بحروف مختلفة عن تلك التي كتب بها المتن، مثلا إذا كان مقياس الحروف التي كتب بها المتن 16، فإنه يستحسن أن تكون الهوامش مكتوبة بحروف من مقياس أقل من 16، وليكن 12 أو 10. ويكون الهامش عادة مفصولاً عن المتن بخط عريض من الأفضل أن يغطي ثلث سطر المتن، ويكون مكتوباً من اليمين إلى اليسار عند توثيق المرجع أو المصدر باللغة العربية. أما إذا كان توثيق المرجع أو المصدر باللغة الأجنبية فيكون مكتوباً من اليسار إلى اليمين. ويربط المتن بالهامش عادةً بوضع رقم في نهاية كل اقتباس سواء كان حرفياً أو اقتباساً للمعنى فقط، ويكرر الرقم نفسه في الهامش بوضعه بين قوسين مثلا (1)، ثم تليه معلومات المصدر أو المرجع المقتبس منه.

ويستحسن في كتابة بحوث الطلبة في الدراسات الأولية وكتابة رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه أن يعطي الباحث أرقام الهامش متسلسلة في نهاية كل صفحة من صفحات البحث.

وعندما يجد الباحث نفسه مضطراً إلى نقل أفكار يرى أنها قد أثقلت البحث إذا وردت في المتن، يستحسن أن يكتبها في الهامش بعد أن يستعمل إشارات مختلفة عن تلك التي يستعملها فيما يتعلق بالإحالة إلى المصادر أو المراجع، وقد درج أغلب الباحثين على استعمال النجمة (*) التي هي الإشارة الأكثر استخداماً في البحوث العلمية. وعندما يضيق الهامش عن استيعاب الشروحات المتعلقة بمتن الصفحة، فإنه يستحسن وضع العلامة (=) في نهاية آخر السطر، ثم تكرر(=) في بداية هامش الصفحة الموالية ويستكمل الشرح.

يكون الاقتباس على شكلين، اقتباس حرفي للنصوص كما وردت في مصادرها دون إحداث أي تغيير فيها، واقتباس لمعنى النصوص، ولكن مع الحذر من عدم تحريفه ووضع رقم الإحالة في نهاية الفكرة المقتبسة. للاقتباس الحرفي شروط:

1- ينبغي على الباحث أن ينقل النص المقتبس كما ورد في مصدره الأصلي بأخطائه أن كانت فيه أخطاء، وبكل علامات الترقيم والوقف الواردة فيه.

2- عندما يصادف الباحث في النص المقتبس خطأ، ينبغي عليه أن ينقل الكلمة أو الكلمات كما وردت بخطئها ثم يلحقها مباشرة بإحدى العبارات الآتية موضوعة بين معقوفين [كذا] أو [كما وردت]، أو[كذا بالأصل]، أو [مقتبس حرفياً] ويستحسن الالتزام بعبارة واحدة من هذه العبارات خلال كل البحث .

3- قد يحمل النص المقتبس كلمات أو عبارات يرى الباحث أن لا جدوى من الاحتفاظ بها في النص، وفي هذه الحالة يمكن حذفها، ولكن بشرط الإشارة إلى ذلك بوضع مكان الكلمات ثلاث نقاط متتالية يمكن أن تكون بين قوسين أو دونهما: (...) أو...

4- كثيراً ما يجد الباحث نفسه عندما يكون أمام نص يريد اقتباسه مضطراً إلى إضافة عبارة أو كلمة توضيحية وفي هذه الحالة يتعين عليه أن يشير إلى ذلك بوضع العبارة أو الكلمة بين معقوفين .[ ]

5- إذا كان النص المقتبس من مرجع أجنبي، ينبغي أن يترجم إلى اللغة التي يحرر بها البحث اللغة العربية.

6- ينبغي وضع النص المقتبس بين مزدوجتين (( )).

7- عند الاستشهاد بالآيات القرآنية، ينبغي وضعها بين قوسين مزهرتين{ } .

توثيق الاستشهاد المرجعي

1- يكون الاستشهاد أو الاقتباس عادة ببيانات ومعلومات وأفكار مهمة، ليست متداولة، لها علاقة بموضوع البحث. أي أن لا تكون معارف عامة.

2- أية معلومات لا تحمل إشارة استشهاد أو إشارة اقتباس، متعارف عليها، في أي بحث كان، تفسر على أنها من عند الباحث نفسه. وإن انتحال صفات باحثين آخرين، والاعتداء على حقوقهم الفكرية هو ابتعاد عن الأمانة العلمية والأكاديمية ونوع من القرصنة.

3- ولابد من التمييز بين مصطلحين أساسيين في التعامل مع مصادر المعلومات المستخدمة. الأول هو الاستشهاد (Citation) والثاني هو الاقتباس (quotation) .

ويطلق عليهما بعض الكتاب الاقتباس غير المباشر Indirect Quotation، والاقتباس المباشر Direct Quotation .

فالاقتباس (quotation) أو الاقتباس المباشر: هو عبارة عن نقل حرفي لمعلومة أو معلومات محددة، في ضوء أهميتها للباحث، وحاجته لأن يظهرها بشكلها الأصلي. ويشترط الالتفات إلى عدد من الاعتبارات المهمة في هذا الاقتباس، هي:

1- عدم التصرف والتغيير في أية عبارة، أو كلمة، أو إشارة وردت في البيانات والمعلومات المتوفرة في أصل المادة المقتبس منها.
2- حجم الاقتباس يكون في العادة محدوداً. أي استخدام عبارات أو جمل أو مقاطع محددة بعدد معقول من الأسطر.
3- تستخدم إشارة التنصيص (Quotation Mark) في بداية ونهاية البيانات المقتبسة "... ".
4- يكون اللجوء إلى أسلوب الاقتباس من مصدر محدد بدافع كون نص المعلومات المقتبسة ذا أهمية خاصة للباحث.
5- في حالة حذف جزء من المعلومات المقتبس منها، ينبغي التأكد من عدم تأثير الحذف على معنى المقطع المقتبس منه، أولاً، وتوضع إشارة ثلاثة نقاط متتابعة في المكان الذي استغنى فيه الباحث عن البيانات، في بداية، أو منتصف، أو نهاية الاقتباس. مثال ذلك:

"... الاقتباس المباشر: أو الاقتباس الحرفي. وهو أن ينقل الباحث المادة حرفياً. ولذا يجب تجنب تغير الكلمات والصياغات إلا إذا وجدت ضرورة لذلك وتوفرت أسباب مقنعة..." (زويلف، 1998، ص141).

أما الاستشهاد بالمصدر (Citation) : أو الاقتباس غير المباشر، فهو عبارة عن استفادة الباحث من فكرة أو معلومة محددة، واستشهاده بها، بعد أن يعيد صياغتها

واختصارها بأسلوبه، حيث يجري بعض التغييرات التي يراها مناسبة، لغوياً أو تعبيرياً، بشرط أن يحافظ على معنى ومغزى البيانات المستشهد بها. مثال ذلك:

... يرى بعض الكتاب أنه في حالة الاقتباس لا ينبغي إجراء أي تغيير على النص المقتبس بتاتاً (قنديلجي،2002، 374) في حين يرى كتاب آخرون أنه يمكن إجراء بعض التغييرات في النص المقتبس إذا وجد الباحث ضرورة لذلك، وإذا ما توفرت للباحث أسباب وافية (زويلف،1998، ص141).

طرق الاستشهاد المرجعية

قد تختلف طرق وأشكال الإشارة إلى الاستشهادات المرجعية المستخدمة في البحوث والرسائل الجامعية من جامعة إلى أخرى، أو من تخصص إلى آخر، ولكن عموماً هنالك ثلاثة اتجاهات وأشكال شائعة الاستخدام في الجامعات والمؤسسات الأكاديمية والبحثية في العالم، هي:

أولا: طريقة المؤلف والأقواس:

وهي طريقة وضع وحصر اسم المؤلف الأخير بين قوسين، والتي تستخدم بشكل خاص في العلوم الاجتماعية ويفضل إضافة رقم الصفحات، أو الصفحات التي ورد فيها الاستشهاد. وفي حالة الاستشهاد بأكثر من مصدر واحد لنفس المعلومة فعلى الباحث وضع المصدرين (أو أكثر)، الواحد بعد الآخر، بترتيب ألفبائي.

ثانيا: طريقة المؤلف - التاريخ:

طريقة وضع وحصر اسم المؤلف الأخير إضافة إلى تاريخ النشر، أي سنة نشر الكتاب أو الوثيقة. وهي الطريقة مفيدة في التعرف على حداثة المصدر، وفي التمييز بين وجود أكثر من مصدر واحد لنفس المؤلف. مثال ذلك: ... معلومات المقابلة وفيرة وشاملة لكافة جوانب الموضوع، وربما أوفر وأشمل من معلومات الاستبيان. إضافة إلى أن المقابلة تزود الباحث بمعلومات إضافية لم يكن الباحث قد التفت إلى أهميتها لبحثه (قنديلجي، 2002، ص192).

بالنسبة للطريقتين الأولى والثانية:

1- إذا لم يكن هنالك مؤلف لمصدر، فيذكر الجزء الأول من العنوان أو المدخل المعتمد للمصدر، بشرط أن يتطابق هذا الجزء مع الطريقة المعتمدة في كتابة قائمة المصادر المجمعة في نهاية البحث أو الرسالة.

2- قد يعمد الباحث إلى الاستشهاد بأكثر من مصدر واحد لنفس المعلومة أو الفكرة. في هذه الحالة يضع المصدرين، الواحد بعد الآخر بين القوسين، وبحسب ترتيبهما الهجائي، أو ترتيبهم الهجائي إذا كانوا أكثر من ذلك. مثال ذلك: (زويلف 38، قنديلجي 137) أو (زويلف 1998، ص38، قنديلجي 2008، ص137).

ثالثاً: طريقة الهامش:

أي ذكر المصدر في هامش أو حاشية الصفحة. وهي طريقة مستخدمة من قبل الباحثين في العديد من البحوث في العلوم الإنسانية والعلوم الطبيعية والتطبيقية. وهنا لا يقلب اسم المؤلف عند كتابته في هامش الصفحة. مثال ذلك نفس الاستشهاد السابق مع ذكر بيانات المصدر في هامش الصفحة. ففي متن البحث يستمر الباحث بالكتابة، ثم يذكر الاستشهاد و كالآتي:

... تعتبر معلومات المقابلة وفيرة وشاملة لكافة جوانب الموضوع، وربما أوفر وأشمل من معلومات الاستبيان. إضافة إلى أن المقابلة تزود الباحث بمعلومات إضافية – لم يكن الباحث قد التفت إلى أهميتها لبحثه[1].. ثم تذكر بيانات المصدر المستشهد به في هامش أو حاشية، وكالآتي:

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط3 ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2013، ص 192.

توثيق النصوص الالكترونية

تحتاج البحوث الإعلامية إلى توثيق بعض النصوص الإلكترونية المنشورة على مواقع الشبكات المحلية والعالمية، لذلك أصبح من الضروري الاعتماد على مراجع معيارية لتوثيق هذه المصادر في سياق النص وعلى شكل قوائم ببليوغرافية في نهاية البحث. ولقد تعددت المعايير المتبعة في توثيق هذه المصادر فالبعض منها متخصص بالعلوم الإنسانية و البعض الآخر بالعلوم الطبيعية والتطبيقية. ويوثق الباحثون النصوص الالكترونية التي تم الاعتماد عليها في كتابة بحوثهم للأسباب الآتية:

1- تحديد الملكية الفكرية و إعطاء المؤلف حقه.

2- إرشاد القارئ إلى النص الكامل للمادة التي تم الاعتماد عليها.

3- تأكيد دقة و صحة المعلومات.

وتعد معايير المنظمة الدولية للمقاييس الايزو ISO الأكثر شمولية، وتعتمد من قبل معظم معايير التوثيق الدولية حيث تقترح الايزو (ISO 690-2) العناصر الآتية للتوثيق الإلكتروني:

1- المسؤولية الفكرية الرئيسية.

2- العنوان.

3- نوع المصدر (اتصال مباشر، قرص مدمج .... الخ).

4- المسؤولية الفكرية المشاركة.

5- الطبعة.

6- المجلد (بالنسبة للسلاسل).

7- مكان النشر.

8- تاريخ النشر.

9- تاريخ التوثيق.

10- السلسلة.

11- ملاحظات (الوصف المادي، متطلبات النظام، التواتر، اللغة ... إلخ).

12- التوافر و الدخول إلى الموقع مثال (URL) .
13- معلومات إضافية عن التوافر.
14- الرقم المعياري الدولي (ردمك ISBN بالنسبة للكتب) و(ردمد ISSN بالنسبة للدوريات).

ومع هذه الأهمية ظهرت مشكلات عديدة مرتبطة بطبيعة النشر على مواقع الانترنت ومصادر المعلومات الإلكترونية الأخرى وتتمثل في الآتي[1]:

1- أن النشر على المواقع الالكترونية ليس مطلقاً من الناحية الزمنية، بحيث يمكن لأي فرد أن يدخل على الموقع المحدد ويجد نفس المعلومات لآجال طويلة؛ لان هذا يرتبط بكثافة استخدام هذه المواقع، فما لا يستخدم منها يتم حذفه من جانب الشبكة.
2- حتى مع ثبات الموضوع واستقراره على الموقع لفترة طويلة فإن كاتب الموضوع أو ناشره على الشبكة قد يقوم بتحديثه من وقت إلى آخر، ولاسيما وان التحديث على مواقع الشبكات أسهل كثيراً وأقل تكلفة من تحديث المواد المطبوعة، مما يؤدي أيضاً إلى عدم قدرة المستخدم التالي على التعرف على النصوص المقتبسة عند مراجعتها بعد ذلك، فيفقد الباحث مصداقيته نتيجة لذلك.
3- إن العديد من النصوص المنشورة على مواقع هذه الشبكات لا تكون نفس الأعمال ولكنها تكون مجرد عروض لهذه الأعمال لإثارة اهتمام الباحثين والمستخدمين للرجوع إلى العمل الأصلي الذي قد يكون مطبوعاً في كتب منشورة أو مسجلاً على أقراص كمبيوترية CDs معدة للبيع والتداول مثل الموسوعات على سبيل المثال.

ولمواجهة هذه المشكلات فإن الباحث يجب أن يكون دقيقاً في توثيق هذه الحالات بالشكل الذي يحقق الهدف من التوثيق ويراعي الآتي[2]:

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 691.

(2) المصدر نفسه، ص692 – 695.

1- عند الاقتباس من موضوعات منشورة على مواقع محددة على الشبكة يتبع الباحث من حيث المبدأ نفس نظام التوثيق في المطبوعات، يضاف إليها عنوان البريد الالكتروني أو الصوتي أو رقم التلفون فضلا عن وضع تحديد تاريخ زيارة الموقع وتحديد رقم الصفحة في حالة تعدد الصفحات. وعلى الباحث أن يحدد كذلك نوع وسيلة الإتاحة (مباشر ، مطبوعات ، تسجيلات إذاعية ، تسجيلات فيديو ، اسطوانات مدمجة... الخ)، كذلك على الباحث أن يحدد تاريخ تحديث العمل في حالة تحديثه.

2- في حالة استقبال أعمال من آخرين استجابة لرسائل سابقة من خلال البريد الالكتروني فإنه يتم التوثيق بذكر اسم المرسل وعنوان بريده الالكتروني، وأي بيانات خاصة تيسر عملية إعادة اتصال الالكتروني به وتاريخ استقبال الرسالة.

3- في حالة إجراء الحوار أو الحديث مع آخرين من خلال الشبكات باستعمال نظم المحادثات أو المؤتمرات فإن الباحث يسجل الأفراد الذين قام بإجراء الحوار معهم وبياناتهم الالكترونية وتاريخ إجراء الحوار أو المحادثة. وفي جميع الأحوال فإن الباحث يراعي الاحتفاظ بالأعمال التي قام باستخدامها من خلال الملفات الموجودة على الشبكات وعرضها أو بعضها في الملاحق متى تطلب الأمر ذلك باعتبارها أدلة بحثية تعامل معاملة التسجيلات الإذاعية أو تسجيلات الفيديو غير المتاحة للجميع. وذلك متى عجز الباحث عن الاتصال بالمصدر الأساسي ومراجعته للحصول على أصل العمل مطبوعاً أو مسجلاً بصفته الوثيقة الكاملة التي يمكن أن يتوسع الباحث في الاستفادة منها ومراجعتها.

ومن الأمثلة التي يمكن أن نذكرها في موضوع توثيق النصوص الالكترونية ما يأتي:

مثال (1):

Burka, L. P. (1993). A hypertext history of multi-user dimensions. MUD history. http://www.utopia.com/talent/ lpb/muddex/essay (2 Aug. 1996).

مثال (2):

ريشة، حسان (1999): واقع وآفاق البحث العلمي، بحث منشور على الموقع الآتي:

http://mafhoum.com/syr/articles/richeh/richeh.htm .2002 كانون الثاني

كتابة قائمة المصادر والمراجع

تمثل الطريقة الصحيحة لإثبات المراجع والمصادر التي استعان بها الباحث في جمع المادة العلمية للبحث الذي يقوم به إحدى المهارات الأساسية التي يجب أن يتقنها إتقاناً بالغاً، ويدل عدد كبير من الحالات على توثيق المصادر، وكتابة المراجع تمثل نقطة ضعف بالنسبة لعدد كبير من الباحثين. وتستهدف عملية إثبات المراجع والمصادر في البحوث العلمية تحقيق مجموعة من الأهداف الأساسية الآتية[1]:

1- التأكيد على عنصر الأمانة العلمية وهو من العناصر والسمات الأساسية للباحث.

2- التدليل على أصالة البحث وجودته، والتركيز على موضوعية الباحث.

3- مساعدة القارئ في الوصول إلى المصادر الأساسية للمادة العلمية بأقل مجهود ممكن.

ويقوم الباحث بإعداد قائمة أو فهرس في نهاية البحث، بحيث يجمع فيه كل المصادر والمراجع التي نقل واقتبس منها في بحثه، فلا يجوز له أن يترك شيئاً منها من دون تدوين في هذا الفهرس، وعلى الباحث أن يحرص جيداً، وأن يراجع بحثه بحيث يتأكد أنه لم يترك منها شيئاً. أن لفهرس المصادر والمراجع أهمية وغرض مفيد، فمن المعروف بأن الفهارس بشكل عام هي مفاتيح البحث، وفهرس المصادر والمراجع هو أحد هذه المفاتيح المهمة التي لا يجوز أن يغفل الباحث عن إعدادها. فالكثير من القراء يودون أن يطلعوا على المصادر والمراجع التي رجع إليها الباحث واقتبس منها، وذلك حتى يرجعوا إليها ويتوسعوا أكثر في إحدى النقاط أو المواضيع التي لاحظوها في البحث، فإذا لم يكن هذا الفهرس موجوداً، فسيصعب عليهم الأمر، فالتوثيق الذي يوثقه الباحث في بحثه لا يكفي، فهي لا يحتوي على كل المعلومات المهمة عن المرجع. كما أن البعض من الباحثين يلجئون إلى أبحاث غيرهم للاطلاع على قائمة المصادر والمراجع، والتعرف من خلالها على مختلف المصادر والمراجع التي قد تفيدهم في الأبحاث التي هم بصددها.

---

(1) د. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 325.

إن البحث العلمي محاولة ابتكارية تتسم بالأصالة والحيدة والموضوعية، والباحث العلمي هو الذي يستعين بالمراجع المتصلة ببحثه للاستزادة من الآراء والمعلومات والبيانات والاتجاهات الواردة بها، وطرق المعالجة المتبعة فيها والإجراءات المنهجية بها، بحيث تتكون لديه كميات ونوعيات من المعلومات يصبها بعد ذلك في شكل خلاصات أساسية تبدو فيها النظرة الشمولية المتكاملة للموضوع، ويتضح منها مدى تعمق الباحث في دراسة المشكلة وإلمامه بأبعادها المختلفة، وأسلوبه العلمي في معالجتها وعرضها بطريقة موضوعية[1].

وحتى تتحقق الفائدة المرجوة من فهرس المصادر والمراجع، فإن من الواجب على الباحث أن يقوم بإعداده وترتيبه بطريقة جيدة، ومن أشهر الطرق المستعملة في ترتيب هذا الفهرس: الترتيب الألفبائي. كما أن المرجع الذي يتم تدوينه في القائمة، لا بد أن يحتوي على جملة من المعلومات التي تخص ذلك المرجع، وتسهل على القارئ الرجوع إليها، وهذه المعلومات هي: اسم المؤلف: عنوان الكتاب أو البحث أو المقالة العلمية، رقم الطبعة، مكان النشر، اسم دار النشر، تاريخ النشر. وإذا كان المرجع مُحَقَّقاً أو مترجماً، فيجب أن يذكر اسم المحقق أو المترجم.

ويعدّ توثيق المراجع والمصادر في البحث العلمي من الخطوات الهامة جداً، فهي تكسب البحث أهميته وتعزز من مصداقية المعلومات المنشورة في البحث، كما تحفظ حقوق المؤلف، من ثم الرجوع لكتاباتهم وأبحاثهم، كما تمكن القارئ من الحصول على مزيد من المعلومات في حال رغب بذلك.

كذلك تعدَ قائمة المصادر والمراجع السند الأساسي الذي تستند إليه عملية التوثيق في البحث العلمي. وهي- بلا شك - من أول الأشياء التي يطلع عليها القارئ مع الفهرست والمقدمة، ولذا فهي ذات أهمية كبيرة في تكوين الانطباع الأول عنده، وبالإضافة إلى أن

(1) د. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 326.

قائمة المصادر والمراجع هي إحدى الوسائل التي يتحقق بها القارئ من مدى جدية البحث والدراسة، فإنها تمكنه أيضاً من أن يعرف مجالات التوسع في الموضوع إذا أراد ذلك...يبقى أن نحدد ماذا نضع في قائمة المصادر والمراجع وكما يأتي:

1- كل المصادر والمراجع التي عاد إليها الباحث وتمت الإحالة عليها فعلاً في هوامش البحث. أن كتابة الهوامش، تعبر عن الموضوعية والروح العلمية؛ لأن الباحث عندما يشير إلى المصدر الذي استعان به، فإنه يثبت بذلك الأمانة العلمية ،والتفريق بين أفكاره والأفكار التي أخذها عن غيره. ثم أن ذلك يساعد باحثًا آخر على التعرف والإلمام بالمصدر المشار إليه، والاعتماد عليه في أبحاث أخرى.

2- كل الدراسات التي استفاد منها الباحث، ولكنه لم يشر إليها في الهوامش.

3- ويجدر بكل باحث أمين أن يذكر المصادر والمراجع التي استفاد منها استفادة حقيقية، وأن يتجنب أسلوب التضليل الذي يستخدمه بعض الباحثين، حيث يذكرون أسماء مصادر أو مراجع لم يستفيدوا منها، بل ولم يطلعوا عليها، إيهاماً للقارئ بأنهم واسعوا الاطلاع.

4- يتم الترتيب حسب الترتيب الألفبائي لأسماء المؤلفين.

أما بالنسبة لترتيب قائمة المراجع فيجب على الباحث أن ينظم قائمة المصادر والمراجع بالتفريق بين المصدر والمرجع، فإذا كان موضوع البحث يتعلق بشخصية من الشخصيات، فإن المصادر تكون هي مؤلفات هذه الشخصية، أما المراجع فتكون هي مجموعة الدراسات التي كتبها آخرون عن هذه الشخصية.

نموذج تطبيقي لكتابة
بحث التخرج لطلبة الدراسات الأولية

إعداد

أ.د سعد سلمان عبد الله

كلية الآداب / قسم الإعلام

2016

تقديم

أضع بين أيدي طلبتنا الأعزاء نموذجاً مقترحاً لبحث تخرج لطلبة الدراسات الأولية، وبشرح موسع لبعض عناصره، ولا ادعي فيه الكمال، بل هو اجتهاد فيه الصواب وفيه الخطأ .علماً بان خطط البحث العلمي قد تختلف من جامعة إلى جامعة، ومن كلية إلى كلية بنفس الجامعة، ومن قسم إلى قسم بنفس الكلية، ولكن يبقى الإطار العام للبحث موحداً ومتعارف عليه.

وقد تم الرجوع إلى احدث المراجع العلمية التي كتبها ونشرها بعض اساتذة الإعلام وعلماء المنهجية في الدراسات الإعلامية في الجامعات المصرية ومن هذه المراجع:

1- د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط 5 ، القاهرة ، عالم الكتب، 2015.

2- د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم ، ط 3 ، القاهرة ، عالم الكتب، 2013.

3- أ.د سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي- بحوث الإعلام ، ط3 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2006.

4- أ.د عاطف عدلي العبد: تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2002.

5- د. إبراهيم المسلمي: مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، دار الفكر العربي، 2008.

6- د. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2002.

سنقوم بشرح تفاصيل كتابة المشروع محاولين أن نقرّب فيه الصورة ببعض الأمثلة التطبيقية ونضع فيه الخطوات الأساسية لكتابة بحث التخرج للحصول على شهادة البكالوريوس في الآداب من قسم الإعلام ابتدأً من صفحة العنوان حتى نهاية البحث، ومن الله التوفيق.

الهيكلية العامة للبحث

في البداية لنتطرق أولاً إلى الصفحات الرئيسية في بحث التخرج، والتي تمثل المنهجية العلمية لكل مشروع علمي وهي حسب التسلسل كما يأتي:

1- صفحة العنوان.

2- صفحة الآية القرآنية.

3- صفحة الإهداء.

4- صفحة الشكر والتقدير.

5- صفحة توصية الأستاذ المشرف... وتوصية رئيس القسم.

6- صفحة إقرار لجنة المناقشة... ومصادقة رئيس القسم عليها.

7- ملخص البحث Abstract.

8- صفحة فهرست البحث.

9- صفحة الأشكال والرسومات...والجداول (إن وجدت).

10- صفحة المقدمة.

11- الصفحة الفاصلة الخاصة بالمبحث الأول.. ثم تأتي صفحات المبحث الأول.

12- الصفحة الفاصلة الخاصة بالمبحث الثاني.. ثم تأتي صفحات المبحث الثاني.

13- الصفحة الفاصلة الخاصة بالمبحث الثالث.. ثم تأتي صفحات المبحث الثالث.

14- صفحة الخاتمة والاستنتاجات.

15- صفحة التوصيات.. والمشاريع المقترحة.

16- صفحة مصادر البحث: العربية والأجنبية.

17- صفحة الملاحق (إن وجدت).

صفحة العنوان

من مواصفات عنوان البحث أن يكون واضحاً حتى يتمكن القارئ من قراءته وفهمه، وأن يدرك مضمونه دون حاجة إلى استفسار من الطالب، وأن يكون موجزاً مفيداً، دون ذكر التفصيلات التي يمكن أن يوردها في حدود البحث. والعنوان الجيد هو الذي يراعي الأمور الآتية:

1- أن يكون جذاباً قدر الإمكان.

2- أن يكون مُفصحاً عن موضوعه بحيث يدل على هدف البحث بأقل عدد من الكلمات.

3- أن تتبين منه حدود الموضوع وأبعاده.

4- أن لا يتضمن ما ليس داخلاً في موضوعه.

5- أن يكون قصيراً بقدر الإمكان، ويكون إيحاؤه بالأفكار الرئيسة بصورة ذكية.

6- أن يكون مرناً بحيث لو احتاج إلى إجراء تعديل فيه كان ذلك ممكناً.

7- أن يكون قابلاً للبحث من حيث: موضوعه، ومصادره، والمادة العلمية الكافية التي يمكن توفيرها.

مثال تطبيقي لصفحة العنوان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة تكريت
كلية الآداب / قسم الإعلام

الصورة الذهنية للعراق في الصحافة العربية

(دراسة تحليلية لأخبار العراق في صحيفة الحياة
للمدة 2013/8/1 **لغاية** 2013/10/31)

بحث تخرج أعدته الطالبة
تسنيم خلف محمد

مقدم إلى مجلس قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت كجزء من متطلبات الحصول على شهادة بكالوريوس آداب في الإعلام

بإشراف
الأستاذ المساعد
الدكتور سعد سلمان عبد الله

ربيع الثاني 1435 هـ شباط 2014م

مثال تطبيقي لصفحة الآية القرآنية

جرت العادة في البحوث أن يختار الطالب آية من الآيات القرآنية التي فيها إشارة إلى العلم وتكريم العلماء، ومن الآيات القرآنية التي تذكر في هذا المجال:

قال الله تعالى:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (١) خَلَقَ الْإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ (٢) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (٣) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (٤) عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (٥) ﴾ [العلق: 1]

﴿ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ﴾ [المجادلة : 11].

﴿ إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ (١٩٠) الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَٰذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ (١٩١) ﴾ [آل عمران: 190-191].

﴿ ن ۚ وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ (١) ﴾ (القلم: 1).

﴿ وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾ [طه: 114).

﴿ أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ ۗ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۗ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ (٩) ﴾ [الزمر: 9).

﴿ أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُّخْتَلِفًا أَلْوَانُهَا ۚ وَمِنَ الْجِبَالِ جُدَدٌ بِيضٌ وَحُمْرٌ مُّخْتَلِفٌ أَلْوَانُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٌ (٢٧) وَمِنَ النَّاسِ وَالدَّوَابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ كَذَٰلِكَ ۗ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ (٢٨) ﴾ [فاطر: 27-28].

﴿ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا ۖ إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (٣٢) ﴾ [البقرة: 32]

صدق الله العظيم

مثال تطبيقي لصفحة الإهداء

في صفحة الإهداء يتم اختيار كلمات رقيقة معبرة يكتبها الطالب في بحث تخرجه كعبارات اهداء جميلة ومختصرة إلى الوالدين، إلى الأستاذ فلان لمساعدته، إلى كل من أعانني.... الخ. وبما أن التعبير في الإهداءات عبارة عن منتوج أدبي، وإن كان قصيراً، لذا تجد بعض الطلاب (ممن يفتقدون موهبة الأدب) لا يعرفون ماذا يكتبون في صفحة الإهداء؛ لذلك نورد النموذج الذي كتبته إحدى الطالبات المتميزات في قسم الإعلام في بحث تخرجها:

إهـــداء

بكل الحب..

إلى الشمعتين اللتين أنارتا لي درب نجاحي..

أمي وأبي

إلى الإنسان الذي علمني قيمة الموقف والمبادئ في الحياة..

أستاذي الدكتور سعد سلمان المشهداني

إلى المَدْرَسة التي علمتني الكثير..

أختي إستبرق

إلى الذين وقفوا معي يتأملون نجاحي..

أخوي مثنى وأركان

أهدي هذا الجهد المتواضع.

ابنتكم تسنيم

مثال تطبيقي لصفحة الشكر والتقدير

يمكن للطالب في هذه الصفحة أن يشكر جميع الذين قدموا له مساعدة علمية أو معنوية لإنجاز بحثه فعلى سبيل المثال يتقدم الطالب بالشكر إلى الأستاذ المشرف لاقتراحه مشروع البحث وتواصله مع الطالب، أو يشكر العاملين في مكتبة الكلية، أو المكتبة المركزية الذين ساعدوا في انجاز البحث وقدموا المساعدة.

شكر وتقدير

بعد الحمد والشكر لله رب العالمين الذي منّ على الباحثة بفضله وكرمه والصلاة والسلام على الصادق الأمين محمد صلى الله عليه وسلم وآل بيته الطيبين الطاهرين وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله). وفي مستهل هذا البحث وعرفاناً مني بالجميل أتقدم بجزيل شكري وفائق تقديري إلى أساتذتي الأفاضل في قسم الإعلام وأخص بالذكر منهم: أ.م.د سعد سلمان المشهداني الذي تكرم وأشرف على هذا البحث بكل مسؤولية وفي تسهيل مهمة الباحثة وإنضاج تجربة البحث العلمي وكان له الفضل الكبير في مساعدتي على بناء التصنيف في الدراسة التحليلية للأخبار المتعلقة بالشؤون العراقية في صحيفة الحياة واستخراج فئات التحليل التي كانت هي المعيار الحقيقي لفهم صورة العراق كما تقدمها صحيفة الحياة اللندنية خلال مدة البحث.

كما أتقدم بجزيل شكري وامتناني إلى أعضاء لجنة المحكمين الاساتذة الذين كان أكرموني برأيهم العلمي في مدى صلاحية فئات التحليل التي اتخذتها في تحليل المضمون في المبحث الثالث من هذا البحث فقد كان لملاحظاتهم السديدة الأثر الكبير في اخراج البحث بالشكل الذي هو عليه الآن وهم أ.م.د فريد صالح الفياض، م.د يوسف حسن محمود، أ.م جمال عسكر مضحي، م.عيسى عيال مجيد ، م.م حبيب خلف الملح.

ولا يفوتني أن أشكر خلية النحل التي لا تهدأ (امناء المكتبة المركزية في جامعة تكريت) لتسهيلهم استعارتي للمصادر المتعلقة بموضوع البحث. وشكر لله الذي أحاطني بالصحبة الطيبة.. زملائي وزميلاتي في قسم الإعلام بكلية الآداب الذين لم يبخلوا بالنصيحة والمعلومة وإبداء الرأي، وأخص بالذكر منهم الزميلة كفاء اكتاب أحمد والزميلة أسماء محمد جاسم، وأدعو الله لهم بالتوفيق والسداد.

وأتوجه لكل من مد لي يد العون، ممن لم تسعفني الذاكرة بذكرهم بالشكر، فجزأهم الله عني خير الجزاء. وختاماً أسال الله العلي القدير أن يكون هذا العمل خالصاً لوجه، وأن يجعله علماً نافعاً، ويسهّل لي به طريقاً إلى الجنة.

الباحثة

مثال تطبيقي لصفحة
توصية الأستاذ المشرف وتوصية رئيس القسم

إقرار المشرف

أشهد أن البحث الموسوم (الصورة الذهنية للعراق في الصحافة العربية ــ دراسة تحليلية لأخبار العراق في صحيفة الحياة للمدة 2013/8/1 لغاية 2013/10/31) للطالبة (تسنيم خلف محمد) قد جرى تحت إشرافي بقسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت وهو جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس آداب في الإعلام.

أ.م.د سعد سلمان عبد الله

(المشرف)

توصية رئيس قسم الإعلام

بناءً على توصية الأستاذ المشرف أرشح هذا البحث للمناقشة.

أ.م.د فريد صالح فياض

رئيس قسم الإعلام

مثال تطبيقي لصفحة
إقرار لجنة المناقشة ومصادقة رئيس القسم

إقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن أعضاء لجنة المناقشة بأننا اطلعنا على البحث الموسوم (الصورة الذهنية للعراق في الصحافة العربية - دراسة تحليلية لأخبار العراق في صحيفة الحياة للمدة 2013/8/1 لغاية 2013/10/31) وقد ناقشنا الطالبة (تسنيم خلف محمد) في محتوياته وما له علاقة به ونعتقد أنه جدير بالقبول لنيل شهادة بكالوريوس آداب في الإعلام بتقدير (امتياز).

أ.م.د سعد سلمان عبد الله	م. عيسى عيال مجيد	أ.م. د فريد صالح فياض
عضواً ومشرفاً	عضواً	رئيس اللجنة

صادق مجلس قسم الإعلام على قرار لجنة المناقشة.

أ.م.د فريد صالح فياض

رئيس قسم الإعلام

صفحة ملخص البحث Abstract

ملخص البحث هو نسخة مختصرة (تتكون من 50 إلى 250 كلمة) تشرح المشروع باختصار باستخدام منهج علمي. ويكتب عادة في البحوث العلمية باللغة العربية واللغة الانكليزية. ويتضمن الملخص ما يأتي:

1- **مقدمة**: يوضع الباحث فيها وصفاً مبسطاً عن الغرض من البحث وأهميته.
2- **مشكلة البحث**: يقوم الباحث بالتعريف بمشكلة البحث التي تم حلها، أو الفرضية التي تم التحقيق من صحتها.
3- **الإجراءات**: يذكر الباحث الخطوات التي اتبعتها للتحقيق في هذه المشكلة، على أن لا يتعمق في ذكر المواد ما لم تكن لازمة لتوضيح الإجراءات، ومن المناسب ذكر المتغيرات إذا كان هناك متسع.
4- **النتائج** :على الباحث هنا أن يقدم الإجابات التي حصل عليها وان يستخدم أرقاماً محددة وواضحة في كتابة النتائج.
5- **الاستنتاج**: يلخص الباحث ما توصل إليه في كامل البحث، ويجعل الاستنتاج مرتبطاً بالفرضية بحيث يثبت صحتها أو ينفيها.

وعلى الباحث عند كتابة ملخص البحث أن يتجنب ما يأتي:

1- أن يتجنب استخدام الكلمات أو المصطلحات العلمية التي لا يفهمها أغلب القراء.
2- أن يتجنب استخدام الاختصارات أو الرموز غير المفهومة إلا إذا وصفت ما تعنيه
3- أن يبتعد عن الاقتباس أو ذكر المراجع.
4- أن لا يدرج في الملخص جداول أو أشكال أو رسوم بياني.
5- أن لا يضع الباحث في الملخص أي شكر.

مثال تطبيقي لصفحة محتويات البحث

وهو فهرست بفصول ومباحث البحث كما موجود في الكتب الاعتيادية.

محتويات البحث

مثال تطبيقي لصفحة الجداول والأشكال والرسوم

إذا احتوى البحث على جداول أو اشكال أو رسوم توضيحية يقوم الباحث بعمل فهرست بالجدأول والاشكال والرسوم وكما هو مبين في أدناه:

فهرست الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	الاتجاهات الرئيسية لأخبار صحيفة الحياة المتعلقة بالعراق خلال المدة 2013/8/1 ولغاية 2013/10/31 ونسبتها المئوية	9

المقدمـة

تعد المقدمة هي المدخل الحقيقي والبوابة الرئيسة للبحث. ويوضح الباحث في المقدمة موضوع البحث ومبرراته وأهميته فضلاً عن الفكرة الرئيسة التي ينطلق منها في دراسته والإشكالية هي سؤال مطروح يطلب حلاً. وتكون الإشكالية أولية حينما يضعها الباحث ويبنى عليها فرضياته أو خطة بحثه وعلى الباحث أن يبين هذه المبررات والأسباب في المقدمة، ومبرزاً في نفس الوقت أهمية البحث على المستوى النظري والتطبيقي. ويوضح الباحث الحدود الموضوعية للبحث وهي ما ستقتصر عليه أسئلته. والحدود المكانية، وهي المكان الذي سوف يجري فيه بحثه، وسيعمم النتائج عليه. والحدود الزمانية وهي الفترة الزمنية المقررة للبحث.

كذلك يشير الباحث في المقدمة إلى البحوث والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع في كلياته أو في جزئياته، مع الإشارة إلى الجوانب والنقاط التي لم تركز عليها هذه البحوث أو تلك الدراسات، وذلك لبيان أن البحث يرمي إلى ابتكار جديد، أو تصحيح أخطاء سابقة أو استكمال جوانب قصور لم تدرس بعد بصورة شاملة ومستوفية مع ذكر المراجع والمصادر التي تتضمن تلك البحوث. ويشير الباحث كذلك إلى المنهج الذي اتبعه في بحثه، والعينة التي استخدمها وأدوات البحث التي استعان بها ومدى تلاؤم ذلك مع طبيعة البحث. وعلى الباحث أن يعرض في المقدمة خطة البحث، وتقسيماته من فصول ومباحث، مع ذكر الفكرة التي تناولها كل فصل أو مبحث والصعوبات التي اعترضت بحثه سواء في الحصول على المصادر أو المراجع المتعلقة بتمويل البحث أو تلك المتعلقة بالوصول إلى مصادر المعلومات وغيرها من العراقيل والمثبطات. وما هي الطريقة التي استعملها الباحث لتجاوز تلك الصعوبات مما يظهر حجم الجهد الذي بذله.

وعلى الباحث عند كتابة مقدمة البحث مراعاة إلا تكون المقدمة طويلة، ومن المفضل أن تتراوح من أربع إلى ثماني صفحات، وأن يكون ترقيمها بالأحرف الهجائية: (أ،ب،ت،ث،ج،ح،خ...)، وان يقوم بكتابتها عندما ينتهي من كتابة البحث، وان لا تكتب المقدمة على هيئة نقاط أو عناوين جانبية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

يوضح الطالب في المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث عن طريق توضيح ما يأتي:

1- **أهمية البحث**: وتعني أن يركز الطالب على الفائدة العملية المتوقعة في مجال تخصصه بعد تحقيق أهداف البحث وإنجازه. حيث يبين الباحث أهمية البحث في مساهمته لحل مشاكل عملية واقعية وما يتوقع من إضافة معرفية جديدة في هذا المجال، كما يحدد في هذا الجانب ما قد يستفاد من هذه الدراسة للفئة المستفيدة

2- **مشكلة البحث**: حيث يحدد الباحث مشكلة بحثه ويضع التساؤلات الفرعية التي تنبثق من السؤال الرئيس للبحث، وفي ضوء هذه الأسئلة يحدد هدف البحث.

3- **أهداف البحث**: يحدد الطالب الأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها، بحيث يكون محتواها مرتبطا ارتباطاً عضوياً بالمشكلة وبمبررات البحث. ويراعى في صياغة الأهداف أن تكون قابلة للقياس والبحث، وأن تكون في جمل خبرية. ويجوز تقسيمها إلى رئيسية وفرعية.

4- **أسئلة البحث أو فروضه**: يحدد الطالب السؤال الرئيس، وإن وجدت أسئلة فرعية يوردها بعد السؤال الرئيس بلغة علمية دقيقة تبين علاقتها بمشكلة البحث. ويراعى أن يكون كل تساؤل مستقلاً بذاته، وأن يأتي تتابع التساؤلات منطقياً، وفقًا لعناصر البحث. وأن تغطي التساؤلات الجوانب المختلفة للموضوع، ولا يفضل كثرة عدد التساؤلات، أو أن تكون التساؤلات مجرد تحويل الجمل الخبرية في الأهداف إلى جمل استفهامية. أما الفروض. وهي مطلب أساسي في البحوث التجريبية. ويقوم الباحث بوضع فرضياته بناءً على أسئلة البحث، ويجب أن تحدد بشكل محدد وواضح، وتبرّر على أسس منطقية وعلمية، كما يجب أن تصاغ بأسلوب يبين ما يحاول الطالب تأكيد صحته أو عدمه بشكل مختصر وواضح بين المتغيرات المطلوب دراستها.

5- **تحديد المنهج**: يشير مفهوم المنهج إلى الكيفية أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة موضوع البحث. وهو يجيب على الكلمة الاستفهامية: كيف؟ فإذا تساءلنا كيف يدرس الباحث الموضوع الذي حدده؟ فإن الإجابة على ذلك تستلزم تحديد نوع المنهج. ومن المناهج التي تستخدم في الدراسات الإعلامية: المنهج الوصفي، والمنهج التاريخي،

والمنهج المسحي، ومنهج الدراسات الارتباطية، المنهج التجريبي واختبار العلاقات السببية. ويعدّ منهج المسح من ابرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، ولا يقتصر على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، ويلجأ إلى استخدام مختلف الأساليب كالاستقصاءات، والمقابلة، والملاحظة المقننة وغيرها من طرق جمع البيانات و المعلومات. كذلك فإن المنهج الوصفي باستخدام أسلوب (تحليل المضمون) يعد من أنسب المناهج العلمية التي تستخدم في بحوث الإعلام والتي تقوم على الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة معينة من أجل التعرف على الظاهرة.

6- **مجالات البحث**: يضع الطالب محددات معينة لا يجوز تجاوزها، وهي حدود طوعية تساعده على تركيز جهده واقتصاره على أجزاء معينة من الموضوع قيد البحث، وهذه الحدود عادة ما تكون حدوداً زمانية ومكانية ونوعية. وتتضمن مجالات البحث المجال الزمني: ويقصد به الإطار الذي سيجري فيه البحث، إذ تم تحديد الحدود الزمنية للبحث في النموذج السابق من 1/ 8/ 2013 لغاية 31/ 10/ 2013 أما المجال المكاني: فيراد به المجتمع الذي يتم فيه اختيار العينة، وقد ارتأت الباحثة اختيار صحيفة الحياة اللندنية. أما المجال الموضوعي للبحث فقد اختارت الباحثة في النموذج السابق الأخبار لتكون مجالاً موضوعياً للتحليل.

7- **الدراسات السابقة**: يجري الطالب مسحاً شاملا للدراسات السابقة التي تخص موضوعه ويعرض أهم نتائجها بشكل مختصر في الإطار المنهجي لبحثه. ومن خلال التقصي الذي يجريه الطالب في الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراسته سيجد بعض الدراسات التي تقترب من موضوع دراسته بشكلها العام بدرجات متفاوتة. وتساعد الدراسات السابقة الباحث على اختيار أداة مشابهة لأدوات أخرى استخدمت في تلك البحوث والحصول على معلومات إضافية لبحثه واستخدام الإحصائيات للحصول على نتائج البحث.

8- أهم مصطلحات البحث: يقوم الباحث بتعريف المصطلحات الواردة في عنوان البحث أو في تحديد المشكلة، ويتبنى الباحث لكل مصطلح تعريفاً إجرائياً يكون مسؤولاً عنه ويعمل في حدوده.

المبحث الثاني : المدخل النظري للبحث

يتناول الطالب في هذا المبحث إطاراً نظرياً حول موضوع البحث يستمده ويقتبسه من أدبيات البحث وفق تسلسل معين وترابط وتكامل لجميع أجزاء الموضوع، حيث يشير إلى خلفية الباحث النظرية وقراءاته وربطه للعوامل المختلفة المؤثرة في الظاهرة قيد الدراسة.

كما يضم هذا المبحث شرحاً نظرياً للموضوع الرئيسي الذي يتضمن هدف البحث ومشكلته والمكتوب أصلا في العنوان الرئيسي لمشكلة البحث تمهيداً للمبحث أو المباحث التي تليه.

ويحسن اختيار الدراسات المنتمية لموضوع البحث ومن مراجعها الأولية، كما يفضل أن يرجع الباحث للبحوث والدراسات ولا يكتفي بالخلاصات أو المستخلصات، كما يحسن عرضها بنمطية معينة محددة سلفاً تتيح المقارنة، كأن يذكر الباحث في عرضه للدراسة السابقة تاريخها ومكانها وإجراءاتها وأهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها.

وتفيد هذه الدراسات في أمور عديدة منها:

1- تبرز أهمية البحث أو الدراسة الحالية وتبرر القيام بها.
2- تساعد على توفير أدوات بحث تعين في تقييم أداة البحث الحالي.
3- توفر نماذج يستعين بها الباحث من حيث الإجراءات وتفسير النتائج.

ويلزم أن تكون الدراسات السابقة حديثة ما أمكن، وفي حالة تعدد الدراسات السابقة يفضل أن تصنف تبعاً لمعيار محدد. وفي نهاية عرض هذه الدراسات لابد للباحث أن يعقب على هذه الدراسات مبيناً ما تميّزت به دراسته عن هذه الدراسات وما استفاد منها مع ذكر أوجه الشبه والخلاف بين هذه الدراسات.

مثال تطبيقي لكتابة الهامش في البحث

عند الإشارة لأول مرة إلى المصدر في الهامش فإن على الباحث أن يذكر المعلومات عن المصدر وحسب التسلسل الآتي:

1- اسم المؤلف الكامل.
2- عنوان المطبوع: كتاب أو بحث أو مقالة.
3- رقم طبعة الكتاب – أن وجد أكثر من طبعة واحدة.
4- أسم المطبعة أو دار النشر.
5- مكان الطبع.
6- سنة الطبع.
7- الصفحة أو الصفحات التي تم الاقتباس منها في المصدر ويرمز إلى ذلك مثلاً ص 330.

أما عند الاقتباس من بحث أو مقالة منشورة في احدى الدوريات (المجلات) فإن الإشارة إلى الدورية لأول مرة يتضمن المعلومات الآتية:

1- اسم كاتب المقالة.
2- عنوان المقالة.
3- اسم المجلة.
4- العدد.
5- مكان صدور المجلة.
6- تاريخ صدورها.
7- رقم الصفحة المقتبس منها.

الهوامش اللاحقة:

يحدث غالباً أن يتكرر الاقتباس من كتاب أو مجلة لدى الباحث سواء في الصفحة نفسها من بحثه أو في صفحات أخرى وهنا لا ضرورة لإيراد كل المعلومات المتعلقة بالمصدر كاسم المؤلف وعنوان المرجع والمعلومات المتعلقة بالنشر ومكانه وتاريخه بعد أن

تم ذكرها في الاقتباس من المصدر لأول مرة وإنما يكتفي بالإشارة إلى المصدر باختصار وكما يأتي:

أ. المصدر نفسه، وكلمة Ibid للمصادر الأجنبية:

وتستعمل هذه الصيغة للإشارة على التوالي وفي الصفحة ذاتها إلى المصدر نفسه فيكتفي بعبارة (المصدر نفسه) أو (المرجع نفسه) إذا في الإشارة الأولى يذكر المصدر بكامل معلوماته أما في الإشارة اللاحقة فإنه يكتفي بعبارة (المصدر نفسه) عندما يأتي الهامش مباشرة بعد الهامش السابق لنفس المصدر.

ب. المصدر السابق، وكلمة op.cit للمصادر الأجنبية:

وهذا التعبير يستعمل للإشارة إلى المصدر في حالة الاقتباس منه لأكثر من مرة واحدة، ولكن ليس على التوالي كما في الحالة الأولى، بل حين يرد المصدر ثانية. وهنا يجب ذكر اسم المؤلف صيغة للدلالة على مصدر سبقت الإشارة إليه. أما في حالة وجود أكثر من كتاب أو مقالة لمؤلف واحد وقد اقتبس الباحث من أكثر من واحد منها في بحثه فإنه يجب ذكر اسم الكاتب أو المقالة مع اسم المؤلف في حالة تكرار الاقتباس منه.

علامات الترقيم ومواضعها وكيفية استخدامها:

من الضروري عند كتابة البحث أن يستعمل الطالب علامات الترقيم وهي رموز اصطُلِحَ عليها ، توضع بين أجزاء الكلام لتمييز بعضه من بعض. وتتصل علامات الترقيم بقضية الإملاء اتصالاً مباشراً ؛ فكما رأينا أن رسم الحروف وبخاصة الهمزة يختلف إملائيا، فكذلك المعنى يختلف إلى النقيض إذا أسيء استعمال علامات الترقيم. ويمكن إجمال هذه العلامات ، ثم تفصيل مواضعها وكيفية استخدامها كما يأتي:

1- الفاصلة أو الشولة أو الفاصلة ورمزها (،): وتستخدم بين الجمل القصيرة المتصلة المعنى التي تشكل في مجموعها جملة طويلة ذات معنى كُلِّيٍّ.

2- الفاصلة المنقوطة ، ورمزها (؛): وتستخدم بين جملتين وتكون الثانية منهما في العادة مسببة عن الأولى أو لها علاقة بها.

3- النقطة أو الوقفة ، ورمزها (.): وتوضع في نهاية الجملة التامة المعنى.

4- علامة الاستفهام الحقيقي ، ورمزها (؟): وتوضع في آخر الكلام المستفهم عنه سواء أكانت أداة الاستفهام اسما أم حرفا.

5- النقطتان الرأسيتان ، ورمزهما(:) : وتستخدم بعد القول وقبل كلام يفصل مجملا نحو: الكلمة ثلاثة أقسام: اسم ، و فعل ، و حرف.

6- القوسان ورمزهما ( ): وتستخدم يوضع بين الجمل الاعتراضية التي يمكن رفعها من الكلام ، و يستقيم المعنى وتوضع كذلك بين ألفاظ الاحتراس أو الكلمات التي تفسر غامضا أو تبين اللبس الحاصل في قراءة بعض الكلمات وبين الأرقام الحسابية.

7- القوسان المعقوفان ورمزهما ([ ]) وتسميان الحاصرتين: ويستعمله أهل التحقيق كثيراً عندما يتدخلون في نص بالزيادة على الأصل تنبيها على أن تلك الزيادة من صنع المحقق أو من عمل الباحث وليست لصاحب المُؤَلَّف.

8- علامتا التنصيص ، ورمزهما " ". وتسميان علامتي الاقتباس: توضع بين الكلام المنقول بنصه دون تدخل من الناقل ولو كان هذا الكلام لا يروق لناقله.

9- الشرطة أو الوصلة ، ورمزها(-) : وتوضع بين ركني الكلام إذا طال ركنه الأول أي بين المبتدأ والخبر إذا طال المبتدأ بحيث يفضي إلى الإبهام.

10- علامة الحذف، ورمزها(...) .: وتوضع عند الاستغناء عن بعض الكلام المنقول بنصه لعدم الحاجة إليه في هذا السياق.

11- الأقواس المزهرة، أو الكأسان المزهران ورمزهما({ }) : ويستعملان لحصر الآيات القرآنية الكريمة بينهما ، وكان ذلك قديما قبل اختراع الحاسب الآلي واستحداث الاسطوانات المدمجة التي تم تخزين كلمات القرآن عليها برسم المصحف.

المبحث الثالث : إجراءات البحث ونتائجه

يتضمن هذا المبحث وصفاً دقيقاً للطرق والإجراءات التي يستخدمها الطالب في محاولته التوصل إلى حل المشكلة واختبار فرضياته، ويشمل الوصف ما يأتي:

1- وصف مجتمع الأفراد الذين تستهدفهم الدراسة وكذلك وصف العينة التي ستطبق عليها الدراسة من حيث حجم العينة وطريقة انتقائها ثم تحديد للمنهج البحثي المراد استخدامه، ثم وصف للتصميم البحثي الذي يقترحه الباحث لأغراض دراسته.

2- وصف أدوات البحث التي سيستخدمها لجمع البيانات من حيث طريقة بنائها وطريقة محاكمة صدقها وثباتها وطريقة تطبيقها وتدرج الاستجابات المتحققة عنها.

3- يتضمن هذا المبحث وصفاً للمعالجة الإحصائية للبيانات، وأخيراً الإجراءات التي سيقوم بها الباحث لتنفيذ بحثه وتحقق هدفه.

الخاتمة والاستنتاجات

في نهاية البحث يصف الطالب النتائج التي توصل إليها في عملية تنفيذه لبحثه وتحليل البيانات التي جمعها. ويأتي هذا الوصف على شكل نقاط أو فقرات يقوم الباحث بتوضيحها ويتبعها بملاحظات تبرر النتائج المهمة فيها، وهنا تعرض النتائج بشكل موضوعي.

كذلك يقوم الطالب في الخاتمة أيضاً بتفسير هذه النتائج ومقارنتها بنتائج دراسات سابقة، وفي ضوء هذه النتائج يقترح بعض الحلول بشكل توصيات مرتبطة برأي الباحث وبالنتائج التي توصل إليها. كما يبين الجوانب التي لم تتمكن الدراسة من التحقق منها ليوصي بأن تكون موضوع بحوث لاحقة.

مثال تطبيقي للخاتمة والاستنتاجات في المشروع السابق

الخاتمة والاستنتاجات

حاولت الباحثة فيما تقدم أن تعطي رؤية كلية لموضوع الصورة الذهنية للعراق في الصحافة العربية من خلال دراسة تحليلية لأخبار العراق في صحيفة (الحياة) للمدة من 1/ 8/ 2013 ولغاية 30/ 9/ 2013. ولن تقوم الباحثة بتلخيص ما عرضته في ثنايا المباحث السابقة مرة أخرى، ولكنها ستؤكد على أهم النتائج التي توصلت إليها من خلال الدراسة التحليلية وعلى النحو الآتي:

1- جاءت نتائج الدراسة التحليلية لتؤكد بشكل رئيسي على اهتمام صحيفة (الحياة) خلال المدة الزمنية للبحث بمتابعة الموقف الأمني في العراق من خلال اهتمامها بمتابعة أحداث العنف واستهداف المنشآت والشخصيات وكانت أهم مراكز الاهتمام في تلك المتابعة حادثة هروب السجناء من سجني أبي غريب والتاجي من ضمنهم قادة بارزين في تنظيم القاعدة والتي جرت أواخر شهر تموز 2013 مركزة من خلال تناولها لأخبار الشأن العراقي على متابعة الموقف الأمني وذلك بحصول هذا الاتجاه على المرتبة الأولى من اهتمامات الصحيفة إذ حصل على (502) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (40,50٪) من إجمالي عدد التكرارات وهي الأعلى بين الاتجاهات الأخرى.

2- أكدت نتائج الدراسة التحليلية على اهتمام صحيفة (الحياة) خلال مدة البحث على الإخبار المتعلقة بالشأن الداخلي العراقي كانتخابات مجالس المحافظات وإخبار الاقتصاد العراقي وتصدير النفط، حيث حصل هذا الاتجاه على (258) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت(20،80٪) من إجمالي عدد التكرارات.

3- اهتمت صحيفة (الحياة) كصحيفة عربية تصدر في العاصمة البريطانية بمتابعة علاقات العراق العربية والدولية إذ حصل هذا الاتجاه على المرتبة الثالثة من بين الاتجاهات إذ أعطته الصحيفة (244) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (19.70٪) من إجمالي عدد التكرارات.

المصادر والمراجـع

يجب على الطالب إتّباع مقياس محدد لتوثيق كل المصادر والمراجع، وعدم اعتماد طريقة توثيق المقياس الأول للكتب، بينما اعتماد مقياس ثاني للأطاريح والرسائل الجامعية أو البحوث المنشورة في المجلات العلمية، بل يجب اعتماد مقياس واحد لكل أنواع التوثيق الواردة في مصادر ومراجع البحث، ويجب الأخذ بالاعتبار في التوثيق الترتيب لأجزاء المرجع والانتباه إلى الفاصلة أو النقطة التي تفصلها، فبعض المقاييس تعتمد الفاصلة، وبعضها يعتمد النقطة كما سوف يتضح في المثال التطبيقي أدناه .

وفي الهوامش التي استخدمت فعلاً في البحث، وفي أثناء التوثيق داخل متن البحث يذكر عادة اسم المؤلف وعنوان الكتاب أو البحث ومكان النشر ودار النشر وسنة النشر والصفحة المشار إليها بين قوسين، أما التوثيق الخارجي فيقوم الباحث بوضع المراجع في قائمة وفق أسس معينة تتمثل في عرض المصادر حسب تسلسل الحروف الهجائية للمؤلفين، وعرض المصادر العربية والأجنبية في قائمتين منفصلتين. أن وجود القائمة في نهاية الدراسة أمر جوهري وأساسي في البحث العلمي، حيث تُعبر هذه المراجع جزءاً من جهود الباحث وقدرته، كما تفيد القارئ في اطلاعه على قائمة تضم ما نشر حول هذا الموضوع.

مثال تطبيقي للخاتمة والاستنتاجات في المشروع السابق

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب العربية والمترجمة

1- إبراهيم الداقوقي: صورة الأتراك لدى الشباب العرب، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 2001.

2- إبراهيم عبد الله المسلمي: الطبعات الدولية للصحف العربية ، القاهرة ، الدار العربية للطباعة والنشر، 2002.

3- جبر مجيد حميد العتابي: طرق البحث الاجتماعي ، الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر، 1991.

4- حلمي خضر ساري: صورة العرب في الصحافة البريطانية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 1988.

5- حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي، ج1 ، بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004.

6- راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، جامعة القاهرة ــ كلية الإعلام ، 1999.

7- سامي مسلم: صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 1985.

8- سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية ــ المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، 2014.

9- سعد سلمان المشهداني: الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور، دار أسامة للنشر، عمان،2011.

ثانياً: الرسائل الجامعية والاطاريح

1- انتصار إبراهيم عبد الرزاق: صورة العرب والمسلمين في الصحافة الأمريكية ، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قدمت لمجلس كلية الإعلام، جامعة بغداد،2005.

2- سالم جاسم العزأوي: صورة مجلس النواب لدى الجمهور العراقي، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قدمت لمجلس كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2010.

3- سلافة فاروق فالح الزعبي: صورة العرب في الإعلام الأمريكي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قدمت لمجلس كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2004.

4- ضحى عبد الرزاق هادي: الشؤون العراقية في الصحافة الدولية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت لمجلس كلية الإعلام، جامعة بغداد،2007.

5- محمد بديوي الشمري: صورة الجندي الأمريكي لدى الجمهور العراقي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قدمت لمجلس كلية الإعلام، جامعة بغداد،2005.

6- هديل فوزي جاسم الداخلي: اتجاهات الصحافة العربية إزاء العراق - دراسة تحليلية للمقال الافتتاحي في صحف (الأهرام، الدستور ،الاتحاد) من حرب الخليج الثالثة ولغاية تشكيل حكومة عراقية مؤقتة 20 آذار 2003 – 28 حزيران 2004، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2007.

ثالثاً: الدوريات والمنشورات

1- سعد سلمان المشهداني: الصورة الذهنية للعراق في الصحافة الأمريكية ، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية ، المجلد 15، العدد 6 لسنة 2008.

2- محمد فلاح القضاة وسحر محمد خميس: الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي، بحث منشور في المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية ، المجلد (1) العدد (1) لسنة 2008.

رابعاً: المصادر الأجنبية

The oxford universal dictionary، 5d، oxford ,the clarendon press, 1964.

الملاحـــــــق

وتأتي ملاحق البحث بعد المصادر والمراجع، وتتضمن هذه الملاحق البيانات الخام والجداول وصور الوثائق والمواد المدعمة للبحث، كما يمكن أن تشتمل على استبيانات واختبارات وما شابه ذلك، ولا تعتبر الملاحق جزءاً من البحث.

مثال تطبيقي للملاحق في المشروع

جامعة تكريت

كلية الآداب / قسم الإعلام

الأستاذ الفاضل .... المحترم

تحية طيبة:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة عن: (الصورة الذهنية للعراق في الصحافة العربية ــ دراسة تحليلية لأخبار صحيفة الحياة للمدة من 1/ 8/ 2013 ولغاية 31/ 10/ 2013) وتستهدف الدراسة التعرف على الصورة الذهنية للعراق في صحيفة الحياة من خلال تناولها لأخبار الشأن العراقي وطبيعة التغطية المذكورة والموضوعات التي ركزت عليها الصحيفة.

وقد قامت الباحثة باستخدام طريقة التحليل البعدي لبناء التصنيف واستخراج فئات التحليل (بعد دراسة المضمون المقدم في الصحيفة الخاصة بتحليل أولي مثل نسبة 10٪ من المجتمع الكلي للبحث في إطار ماذا قيل في مادة الاتصال.

يرجى التفضل بإبداء ملاحظاتكم العلمية والمنهجية، بشأن ما ورد في استمارة تحليل المضمون الخاصة.. مع فائق التقدير والاحترام.

الباحثة	المشرف
تسنيم خلف محمد	**أ.م.د سعد سلمان عبد الله**

الفئة	تصلح	لا تصلح	البديل
متابعة الموقف الأمني			
الموقف من الشأن الداخلي			
علاقات العراق بمحيطه الإقليمي والعربي			
الاهتمام بمتابعة أخبار البرلمان والسياسيين			
موقف الصحيفة من الحكومة العراقية			
الاهتمام بموضوع الحراك الشعبي في بعض المحافظات			
تقديم وجهة النظر العربية والدولية بشأن العراق			

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1- أحمد سليمان عودة. فتحي حسن مكاوي: أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية - عناصره ومناهجه والتحليل الإحصائي لبياناته، عمان، مكتب المنار، 1987.

2- أمين سعيد عبد الغني: تأثير استخدام الإنترنت على القيم و الاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي، بحث منشور، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الرابع، مايو 2003.

3- بسام عبد الرحمن مشاقبة: البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، عمان، دار أسامة للتوزيع والنشر، 2010.

4- تقرير اليونسكو للتربية والعلوم والثقافة لعام 2008 منشور على الموقع الآتي: http://www.unesco.org

5- تقرير اليونسكو للتربية والعلوم والثقافة لعام 2010 منشور على الموقع الآتي: http://www.unesco.org

6- جمال زكي والسيد ياسين: أسس البحث الاجتماعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1962.

7- حميد جاعد محسن: من هو الإعلامي - الصحفي؟، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي (بغداد)، العدد (6 -7) حزيران - أيلول 2009.

8- حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي، ج1، بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004.

9- خليفة شحاتة: طرق البحث الاجتماعي، الجماهيرية الليبية، جامعة قاريونس، 1992.

10- ديوبولد فان دالين و(آخرون): مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ترجمة نبيل نوفل و(آخرون)، ط2، القاهرة، المكتبة الأنجلو المصرية، 1977.

11- ديوبولد فاندالين: مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس، ترجمة محمد نبيل نوفل، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1985.

12- ذوقان عبيدات و(آخرون): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط6، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.

13- راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.

14- ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي – أسسه، مناهجه، أساليبه، وإجراءاته، عمان، بيت الأفكار الدولية، (د.ت).

15- ربحي مصطفى عليان: مناهج وأساليب البحث العلمي، عمان، دار الصفا للتوزيع والنشر، 2000.

16- ربحي مصطفى وعثمان محمد: مناهج وأساليب البحث العلمي – النظرية والتطبيق، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000.

17- رجاء محمود أبو علام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط5، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2006.

18- ريتشارد بن (وآخرون): تحليل مضمون الإعلام ـ المنهج والتطبيقات العربية، ترجمة محمد ناجي الجوهر، اربد، قدسية للنشر، 1992.

19- زينة عبد الستار مجيد الصفار: صورة إسرائيل في صحيفة الأهرام المصرية إبان انتفاضة الأقصى في فلسطين، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2004.

20- سعد سلمان المشهداني: التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتماماته، بحث منشور في مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية المجلد (14) العدد (5) جمادى الأولى 1428هـ ـ أيار 2007.

21- سعد سلمان المشهداني: الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935 – 1958، بحث منشور في مجلة كلية الآداب بجامعة بغداد العدد (55) لسنة 2001.

22- سعد سلمان المشهداني: دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق، بحث منشور في كتاب التعددية والوحدة الوطنية – الواقع والطموح، بغداد، بيت الحكمة، 2009.

23- سعد سلمان المشهداني: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها – دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تكريت عام 2009، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي الصادرة عن كلية الآداب بجامعة تكريت، العدد السنة الأولى كانون الأول 2009.

24- سعد سلمان المشهداني: مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات – دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011، بحث منشور في كتاب وسائل الإعلام – أدوات تعبير وتغيير، عمان، منشورات جامعة البترا، 2013.

25- سعد سلمان المشهداني: موقف صحافة الأحزاب العراقية العلنية من النشاط الصهيوني في العراق 1922 – 1952، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الآداب بجامعة بغداد عام 2000.

26- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام – مدخل عام، دراسة منشورة في كتاب (بحوث الإعلام في الوطن العربي) الذي أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة، 1980.

27- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976.

28- سمير محمد حسين: تحليل المضمون – تعريفاته، مفاهيمه، محدداته، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1996.

29- سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 2006.
30- سمير محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، جدة، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، 1983.
31- سيف الإسلام سعد عمر: الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دمشق، دار الفكر، 2009.
32- شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009.
33- صالح بن حمد العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، شركة العبيكان للطباعة والنشر، 1989.
34- صلاح قنصوه: الموضوعية في العلوم الاجتماعية، ط 2، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، 1984.
35- عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008.
36- عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1992.
37- عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط3، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1971.
38- عبد الباسط محمد عبد المعطي: البحث الاجتماعي - محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، ط3، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1993،.
39- عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط 3، القاهرة، وكالة المطبوعات، 1977.
40- عبد الرحمن عدس (وآخرون): البحث العلمي: مفهومه، أدواته، وأساليبه، ط3، الرياض، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2005،.
41- عبد الرشيد بن عبد العزيز حافظ: أساسيات البحث العلمي، جدة، مطابع جامعة الملك عبد العزيز، 2012.

42- عبدالحميد جابر وخيري احمد كاظم: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط 2، القاهرة،دار النهضة العربية، 1978.

43- عقيل حسين علي: فلسفة مناهج البحث العلمي، القاهرة، مكتبة مدبولي، 1999.

44- عواطف عبد الرحمن و(أخريات): تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1982.

45- غازي فيصل: منهجيات وطرق البحث في علم السياسة، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، 1990.

46- غريب محمد سيد احمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1982.

47- فاروق الروسان: أساليب القياس والتشخيص في التربية الخاصة، ط 1، عمان،،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1978.

48- فاضل عباس خليل: الإعلانات عبر شبكة الانترنت أساليبها ودورها في تنميَّة السلوك الشرائي لدى الشباب العراقي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2006.

49- فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002.

50- فوزي غرابية (وآخرون): أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2، الجامعة الأردنية – كلية الإدارة والاقتصاد، 1981.

51- محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992.

52- محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية – أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، جدة، (د.ن)، 2004.

53- محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، جدة، دار الشروق، 1403هـ.

54- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 5، القاهرة، عالم الكتب، 2015.

55- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط 3، القاهرة، عالم الكتب، 2013.

56- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، 1997.

57- محمد عبيدات (وآخرون): منهجية البحث العلمي، ط2، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.

58- محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

59- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد السادس، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

60- منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007.

61- نوال محمد عمر: مناهج بحث الاجتماعية والإعلامية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1986.

62- هادي نعمان الهيتي: ملاحظات حول حدود ومجالات استخدام مناهج البحث وطرق وأدوات البحث العلمي في بحوث الإذاعة والتلفزيون في الوطن العربي، بحث منشور في مجلة شؤون عربية (تونس) العدد 24، جامعة الدول العربية، 1983.

63- هاشم السامرائي: المدخل في تحليل المضمون، مجلة بحوث، بغداد: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، العدد (28)، 1989.

64- وجيه محجوب: طرائق البحث العلمي ومناهجه، بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر، 1993.

65- وهيب مجيد الكبيسي ويونس صالح الجنابي: طرق البحث في العلوم السلوكية، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 1997.

